Montag, 11. Juni 2012

Erfolg ist ein Puzzle mit mindestens 1000 Teilen.

Hier die ersten etwas über 100 Teile.

Idee. Menschen. Umsetzung. Leidenschaft. Können. Liebe. Glaube. Überzeugungskraft. Involvement. Warum. Motivation. Haltung. Wertschätzung. Name. Begehrt. Kritikfähig. Verbundenheit. Details. Inspiration. Bekanntheit. Einfach. Vorteil. Nutzen. Material. Beschaffenheit. Design. Einblick. Intuition. Deckungsbeitrag. Klang. Mannschaft. Logo. Führungskraft. Standort. Mitarbeiter. Verbesserung. Ästhetik. Kommunikation. Glaubwürdigkeit. Wachstum. Lösungen. Aufwand. Herstellung. Identifikation. Form. Stärken. Verantwortung. Technologie. Fertigung. Wirklichkeit. Vertrieb. Gemeinsamkeiten. Verständlich. Denken. Verwaltung. Hingabe. Geduld. Zeit. Ort. Gewinn. Kapital. Land. Glück. Erklärung. Claim. Experten. Preis. Kennen. Logik. Story. Mitreißen. Ordnung. Beliebt. Geschichte. Entwicklung. Vorausschauend . Bedenken. Werbung. Fähigkeit. Überblick. Wahrheit. Hören. Vorstellungskraft. Berechnung. Geld. Verbesserungsfähig. Binden. Geruch. Geografie. Anleiten. Energie. Klarheit. Timing. Text. Lernen. Fehler. Fachleute. Wertvoll. Plan. Stärken. Disziplin. Sehen. Individualität. Kreativität. Ratio. Netzwerk. Gemeinschaft. Positiv. Engagement. Handlungsfähigkeit. Anpacken. Kaffee. Entscheidungskraft. Werkstoff. Chancen. Interessen. Sinn. Geschmack. Bedarf. Bereitschaft. Vertrauen. Sprache. Qualität. Bedürfnis. Freiheit. Management. Wissen. Bilder. Belohnung. Farbe. Anerkennung. Begeistern. Erneuerung. Weitblick. Bewunderung. Wert. Trennen. Innovation. Emotion. Einstellung. Loslassen. Ablauf. Kultur. Größe. Ethik. Unternehmen. Gefühl. Moral. Wirkung. Orientierung. Positionierung. Angst. Lust. Spaß. Anpassung. Kontrolle. Prinzipien. Kunst. Technologie...So einfach ist Erfolg, wenn man alle Teile richtig zusammenfügen kann - zügig natürlich. Los geht´s. Man muss schon alle beherrschen, sonst wird das nichts mit dem Erfolg.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 10:19

Samstag, 26. Mai 2012

Wir sind die Guten: Die HypoVereinsbank über Selbstverständnis, Verdrängung, Verarbeitung und Realitätsverlust.

Das Bild hängt wirklich im Besprechungszimmer einer HypoVereinsbank in München. Der Künstler ist kein Kind, wie man annehmen könnte, sondern die Mitarbeiter einer Abteilung der HypoVereinsbank. Gesehen am Freitag den 25.Mai 2012. Auch Banker sind Menschen. Menschen mit Gefühlen. So viel Unheil ist über Bankern ausgeschüttet worden, dass deren heiles Weltbild plötzlich arg in Mitleidenschaft gezogen wurde. Gestern winkten einem die Nachbarn noch zu. Heute zeigen sie mit dem Finger auf einen. Damit muss man klar kommen. Das ist hart. Sehr hart. Gestern zog man sich noch seinen schicken Anzug mit Krawatte an. Heute geht man ohne aus dem Haus und das Jackett und die Krawatte sind im Büro gebunkert. Bloss nicht als Banker erkannt werden. Der Wutbürger soll unberechenbar sein. Viele Banker wachen seit einiger Zeit schweissgebadet Nachts mit dem gleichen Alptraum auf. Der geht so: Mitten in einer Fußgängerzone zeigt plötzlich ein Passant auf den Banker und schreit: «Da ist er! Er ist Schuld! Er ist der Banker, der das alles angerichtet hat!» Die anderen Passanten bleiben stehen und starren auf den Banker. Plötzlich kippt die Stimmung und der Mob will Selbstjustiz. Sie bedrängen den Banker. Beschimpfen ihn übel. Und dann eskaliert die Situation. Der Banker wird zu Tode geprügelt. [Wer sich erinnert, gab es so ähnlich in dem Film Marathonmann]Nun schiesst der Bänker schweiss gebadet aus dem tiefen Schlaf und versteht die Welt nicht mehr. Er ist traumatisiert, schwer sogar. Darum braucht er Hilfe. Die bekommt er in Form von Unternehmensberatungen. Für den Psychiater reicht es nicht, er ist nicht mehr privat versichert. Und das jetzt! Die Unternehmensberatungen bieten nun nicht nur noch Kurse an wie: Kosten runter und Gewinn rauf- Wie presst man die Zitrone am besten. Oder: Wie verkauft man Produkte, die keiner mehr versteht. Sondern auch: Hilfe zur Selbsthilfe - Bänker in Lebensgefahr. Und im Zuge einer dieser 14tägigen Selbsthilfegruppen ist dieses eine Bild entstanden. 27 Mitarbeiter einer Abteilung der HypoVereinsbank haben daran mitgewirkt. Die Kosten von 22 Millionen für das Seminar, gingen zum Glück nicht vom Boni ab, sondern wurden aus dem Topf der Steuergelder bezahlt. Wäre ja noch schöner. «Wir sind die Guten.» Was will uns dieser Satz „nicht“ sagen? Das Kommunikation nicht das ist was man sagt, sondern das, was der andere versteht. Das gilt für das geschriebene Wort ebenso. Ein Blick ins Dschungelbuch hätte genügt um zu erkennen, dass schon die Schlange Ka genau die gegenteilige Wirkung kassierte, als sie einfühlsam skandierte: «Vertraue mir!» Liebe Banker, ihr müsst das Buch nicht lesen, es gibt auch einen Film, der heisst identisch. Aber werfen wir einen Blick auf das Bild und die weiteren Bildelemente, die man erkennen kann. Ein Haus. Ein See mit Fischen. Eine Sonne. Ein Baum. Eine Blume. Ein Schmetterling. Zwei halbe Regenbögen. Eine Person im Türrahmen. Das Haus hat eine Etage. Geranien vor den Fenstern.Der echte Psychologe erkennt sofort, wie schwer hier eine Wahrnehmungsstörung vorliegt. Das Ausmaß dieser Verhaltensauffälligkeit ist so enorm, dass man nur vor solchen Menschen mit so einer Persönlichkeitsstörung warnen kann. Ja warnen muss.Denn die Fische im Teich stellen offenbar die Kunden da, die so leicht zu ködern waren. Wie mit einem großen Treibnetz musste man sie nur aus dem Meer von Geld der vernetzten und undurchsichtigen Anlageberatungen ziehen. Und nun? Sie warten gerade zu darauf. Die Fische warten, dass die Fischzüge weiter gehen. Ja sie betteln darum, dass es wieder weiter geht. Nehmt uns die Existenz - Bitte.Aber da steht dieser isolierte und frustrierte Mensch im Haus. Er ist nicht beim Angeln. Offensichtlich kann oder darf er nicht angeln. Keine Boote in Sicht. Keine Netze - nichts. Man hat dem Mensch die Instrumente genommen, womit er seiner Tätigkeit nachgeht. Jetzt kann er nur die Geranien gießen und muss auf besseres Wetter warten.Denn der große Regen der Beschuldigungen und Anklagen ist gerade erst auf sie herunter geprasselt. Das sieht man an den Regenbögen. Die zeugen davon, dass es gerade erst aufgehört hat zu regnen. In der Zwischenzeit ist zum Glück aber nicht alles so trüb und aussichtslos. Denn jemand hat eine blühende Pflanze zur Verfügung gestellt. Und der Schmetterling ist der Beweis für die Fruchtbarkeit dieser Pflanze. Die Pflanze steht eindeutig für die staatliche Förderung, welche dem Banker über das Schlimmste hinweg hilft. Aber er ist gefangen zwischen dem Überfluss der staatlichen Förderungen und dem Überfluss an Kunden-Fischen im Meer des Geldes.Deshalb resümiert er: Wir sind die Guten. Wie haben doch nur das getan, worum die Fische bettelten. Wir haben doch nur das genommen, was der Staat uns angeboten hatte. Ist das nicht zutiefst menschlich? Wer würde das nicht tun?Darum ist der Banker traumatisiert. Er versteht die Welt nicht mehr. Es ist wie bei Frau Honecker oder nach dem dritten Reich. Viele haben doch nur ihre Pflicht erfüllt. Darum können diese nicht verstehen, dass an einem Tag noch alles mit rechten Dingen zu ging und am nächsten soll alles falsch gewesen sein? Das kann doch nicht sein. Die Fische wollten es doch auch. Das sieht man doch. Lieber Banker, doch das kann sein. Es kommt noch schlimmer. Es ist so. Wer sich in einem Rechtsstaat und einer sozialen Marktwirtschaft Vorteile auf Kosten der Allgemeinheit verschafft, weil er eine Lücke im System entdeckt hat, die keiner vorher berücksichtigen konnte, weil niemand so habgierig denken wollte. Dann trifft einen eine besondere Form von Schuld: Die moralische. Das ist so, als ob man ein Portmonaie findet, in dem Kreditkarte, Bargeld und vieles mehr sind. Dann hat man mehrere Möglichkeiten, damit umzugehen. Ihr habt eine Form gewählt, die wir unseren Kindern nicht beibringen wollen und nicht beigebracht haben. Das macht man nicht, auch wenn man kann und keiner zuschaut. Das ist ein Prinzip unserer Gemeinschaft. Ein Gutes. Unser Land lebt davon. Der Schutz der Demokratie ebenfalls, das wir Menschen sind, die eine Haltung haben.

Diese ist geprägt von einem Gerechtigkeitssinn. Diese Haltung steht nicht bis ins Detail in Gesetzbüchern. Das ist nicht möglich. Diese Haltung vermittelt einem das Gefühl, wenn etwas gut ist oder wenn etwas schlecht ist. Und daran sollte man sich einfach halten. Wenn etwas gut ist und wenn etwas schlecht ist. Gut - schlecht. «Wir sind die Guten?» Nein, ihr seit nicht die «Guten». Ihr wart einmal vor langer Zeit die Guten. Dann wurdet ihr zu den Schlechten. Zur Zeit seit ihr noch immer die Schlechten, was das Bild eindrucksvoll beweist. Aber auch wir geben Euch die Chance und die Zeit Euch wieder zum Guten zu wenden. So sind wir. Die mit der Moral. Über die ihr euch so aufgeschüttet habt vor lachen und es immer noch macht. Wie das Bild zeigt. Dafür haben wir Euch viel Geld geben. Und wir haben euch bis jetzt in der Fußgängerzone noch nicht verprügelt. Aber so ein Bild in einem Besprechungszimmer der HypoVereinsbank aufzuhängen, in dem ein schlecht vorbereiteter, unpünktlicher, unaufmerksamer, gefühlsloser und arroganter Berater einer Frau mitteilt, dass der Kredit für eine Wohnung, die ihrem gerade verstorbenen Bruder gehört hatte, nicht verhandelbar und veränderbar ist und bei dessen Angaben der Abtragszahlung er sich auch noch verrechnet hat. Die für viel zu viel Geld bewertet und verkauft wurde, so dass ihr die HypoVereinsbank unglaublich viel am Kredit verdient habt und nun noch über den Tod verdienen wollt. Eine Wohnung, deren Verkehrswert zwischen 30 bis 40 EUR angegeben wird. Die am Ende 100.000 EUR gekostet haben wird. Von der ihr nicht mal ein Gutachten beim Kauf gemacht habt. Weil ihr euch mit den Vermittlern so einig wart. Was für ein Geschäft. Und die Fische im Teich sind euch alle ins Netz gegangen. Die zahlen 70.000 EUR mehr als der Wert der Wohnung. Diese Menschen, habt ihr in die Verzweiflung in den Ruin getrieben. Die konnten sich leider keine teuren Anwälte leisten. Und die hatten auch keine Politiker in ihrem Aufsichtsrat. Ihr habt so viel unendliches Leid und Trauer über Menschen in diesem Land gebracht. Habt euch hinter der Gier der Menschen versteckt. Mit dem Satz: Die sind doch selbst schuld, warum sind die auch so gierig? Aber der Satz funktioniert nicht. Nicht wirklich. Denn wie ich schon beschrieben habe, diese Menschen haben euch vertraut. Die haben sich euch anvertraut. Sie fühlten sich verbunden mit euch. Und genau an diesem Punkt, habt ihr Schuld auf euch genommen. Ihr habt alle diese Menschen verraten und betrogen. Ihr habt das in euch gesetzt vertrauen missbraucht. Die waren nicht gierig. Die waren sehr zutraulich. Denn die haben das alles nicht geprüft und verstanden, weil sie euch vertraut haben. Wie sich eure Existenz nun anfühlt, wenn euch niemand mehr vertraut, das spürt ihr ja jetzt. Darum ist genau dieser Satz: «Wir sind die Guten», der Grund, warum wir, «die nicht Guten», euch wohl nie mehr vertrauen sollten.«Wir sind die Guten», ist nicht nur der Satz eines Psychopaten. Sondern er ist auch noch zynisch und beleidigend. Er zeigt wie wenig ihr mit der Wirklichkeit umgehen könnt. Der Satz ist dumm. Sehr dumm. Ich hoffe, dass viele diese Zeilen gelesen haben und dieses Bild sehen. Dass alle Menschen euch ständig und überall darauf hinweisen, was moralische Verantwortung gegenüber sich selbst, den Menschen und einem Land bedeutet. Dass es nicht darum geht, in einem so wunderbaren Land eine Lücke im System zu finden und diese erbarmungslos auszunutzen, sondern genau das nicht zu tun. Um bei dem oben beschrieben Bild zu bleiben, gebt das Portmonee einfach dem rechtmäßigen Besitzer zurück. Entdeckt die Moral, die auf einem guten Weg war, aus diesem Land ein besonderes zu machen. Aus einer gewissen moralischen Verpflichtung. Moral. Wenn ihr nicht wisst was das ist, fragt nicht die Unternehmensberater, sondern ein Kind in der U-Bahn. Einen älteren Mann im Park auf einer Bank. Eine Mutter. Eigentlich könnt ihr alle Fragen, außer euch selbst.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 15:00

Donnerstag, 24. Mai 2012

Schnäppchen. Endorphine. Glücksgefühle.

Der Körper besteht aus chemischen Verbindungen und chemischen Elementen. Klingt ein wenig trocken, entspricht aber der Wirklichkeit. Die verschiedenen Reaktionen dieser Elemente und Verbindungen machen es möglich, dass wir das sind, was wir sind. So gibt es auch die Endorphine. Diese sind dafür da, dass wir mit Schmerzen und Hunger umgehen können. Endorphine sind, nicht zu vergessen, auch noch für den Sexualtrieb da. Und können uns euphorisch machen. Produzieren wir körpereigene Endorphine, dann haben wir ein Wohlgefühl, welches negative Gefühle überlagert. Menschen,die also schlecht drauf sind, bei denen es im Job oder Leben nicht so gut läuft. Unzufrieden sind. Keine Anerkennung erfahren. Keine Gemeinsamkeiten teilen können. Nicht kommunizieren. Denen keine Wertschätzung zu teil wird. Die nur geringe Wertschöpfung für geleistete Dinge erzielen. Die gieren nach Endorphineausstoß. Was kann man machen, um sich in diesen Fällen besser, zufriedener, glücklicher zu fühlen? Man kann Chili essen. Man kann küssen. Man kann sich UV-Licht aussetzen. Und man kann sich positive Erlebnisse zuführen. Und damit bauen wir nun die chemische Brücke zum Schnäppchen. Zum Sonderangebot. Zum Preisnachlass. Das preisbezogene Angebot befriedigt unser Belohnungssystem. Wir belohnen uns, wenn wir billig einkaufen, weil das Gehirn damit verbindet: Effizienter energetischer Aufwand, großer Jagderfolg. Wir bekommen vermeintlich viel und mehr für weniger. Das Gehirn mag das. Und stößt beim Kauf eines Sonderangebotes Endorphine aus. Der Makel an diesem Verhalten ist nur, dass der Preis den rationalen Nutzen des erworbenen bei weitem übersteigt. Und dass diese Form des Sekundärnutzens nicht den Primärnutzen befriedigt, sondern dieses Sekundärbedürfnis, wie eine Sucht, nur anheizt. Limes gegen Null. Wir können immer mehr, immer billiger kaufen, aber wir werden nicht zufriedener, geschweige denn befriedigt sein.Das Gegenteil tritt ein. Wir gehen pleite. Zu Messis oder sind vollgestopft mit Dingen, die wir nicht benötigen. Konsumsucht. Der Auslöser für sie ist das preisbezogene Angebot, weil uns dieses den Zugang und den Blick für das Relevante am Produkt, der Marke oder Dienstleistung versperrt.Die Wirtschaft macht sich dieses chemische Phänomen zu nutze. Und weil es funktioniert tritt in der Kommunikation der Preis weiter und weiter in den Vordergrund. Dafür nimmt der Konsument auch Schulden in Kauf. Denn er macht das nicht um wirklich was zu kaufen, sondern um den Ausstoß von Endorphinen zu bewirken. Und da der Ausstoß immer geringer wird, muss er in immer größerer Dosis konsumieren, Glücksgefühle auslösen beim Schnäppchenkauf.Dabei könnte das Kaufen auch mit anderen emotionalen Aspekten verbunden sein, welche dieselbe Wirkung auslösen würden, nur das muss der Anbieter auch anbieten können. Das sind Aspekte wie: viel, groß, wertvoll, selten, schön, passend, individuell, neu, innovativ, hochwertig, modern, nachhaltig. Alle Aspekte, die Begehren auslösen und nicht preisgebunden sind, funktionieren auch. Und zwar gut. Aber billiger machen, es eben wesentlich einfacher als etwas besser zu machen.Der Kauf selbst löst folgende Gefühle aus, welche zum Ausstoß der so wichtigen Endorphine führt: Glück, kurzfristige Befriedigung, Lust, Energie, Motivation, Mut, Euphorie. Der kauf birgt Erfolg, Bestätigung und Anerkennung für einen selbst.Darum gehen frustrierte Menschen gerne shoppen, um sich etwas Gutes zu tun. Wenn wir die Lebensumstände beseitigen würden, welche zu diesem Frust führen, bräuchten wir auch nicht shoppen. Und schon gar nicht billig. Es gibt Beispiele bei denen offensichtlich wird, dass der mindere Preis nicht immer die Orientierung bietet. Da spielt die soziale Stellung eine große Rolle. Wie z.B. bei Hochzeiten, Begräbnissen, Geburt, Kommunion, Taufe und Produkten wie Ehering und vielem anderen. Manchmal ist billiger eher peinlich. „Wer sagt schon gerne: Schatz da gab es 6 Eheringe für den Preis von 3. Für nur 29 EUR“Die Krönung der modernen Selbstbefriedigung, das einzahlen auf ein Belohnungssystem aus Frust und negativen Lebensumständen sind Apps und der iTunes-Store. Da kann man sich schnell mal einen Endorphine-Schuss holen, für nur 99 Cent, oder 79 Cent und weniger. Ganz nach dem Motto: Was für ein Scheiss Tag, da lade ich mir mal gleich eine App oder besser gleich 2 runter.Also, Sonderangebote sind nur dafür da, negative Lebensumstände zu kompensieren. Sie haben dabei aber keinen Bezug zum Produkt, zur Marke oder Dienstleistung. Sondern dienen ausschließlich der Endorphine-Produktion. Und dieses Vorhaben ist zum Scheitern verurteilt, weil es in der Sucht und/oder im Ruin endet.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 16:49

Mittwoch, 23. Mai 2012

Wie kommt man an gute Ideen? Wie kommt man zu guten Ideen?

Oft werde ich gefragt: «Wie kommst du immer an diese guten Ideen?» Und vor allem so schnell. Die Frage suggeriert, dass dies ganz einfach gehen muss. Was leider zur Folge hat daß das, was einfach und schnell geht, nicht teuer sein kann. Da liegt leider der Hase im Pfeffer. Ich verdiene mehr Geld, wenn ich mich blöd anstelle. Wenn mir nicht gleich die Idee kommt, sondern wenn ich 3 Wochen verstreichen lasse. Und dann eine 120 Seiten Präsentation als Vorlauf zum Besten gebe. Dann ist meine Wertschöpfung am Größten. Obwohl ich die Idee eigentlich schon längst habe. Aber meine Berater haben mir unter Androhung von Folter und öffentlicher, peinlicher Bloßstellung geraten, die Füsse still zu halten. Und da ich ja ein netter Mensch bin, mache ich das. So sitze ich beim Kunden und beisse mir auf die Unterlippe. Verkneife es mir, die Idee gleich rauszuposaunen. Es ist eh schwer genug, die Idee im Kopf zu behalten. Und nicht zu vergessen. Darum schreibe ich mir diese im Meeting meist unbeobachtet, schemenhaft, unleserlich in Hyroglyphen auf. Was manchmal zur Folge hat, dass ich mein eigenes Gekritzel nicht mehr erkenne. An gute Ideen kommt man, wenn man zum einen einen großen Erfahrungsschatz im Kopf hat. Und zum anderen bereit ist, auf diesen komplett zu verzichten, weil einem etwas Neues viel besser, passender und richtiger vorkommt. Gute Ideen kommen aus der Vergangenheit und schießen dann über die Gegenwart hinaus in die Zukunft. Und sie kommen aus dem großen Fundus der Intuition. Es ist so, als ob man etwas am Strand findet und dann erst überlegt, was das sein könnte. Eine Musik, die einem unglaublich gut gefällt und dann setzt erst die Logik ein: Von wem könnte das sein. Ein schönes Bild an der Wand, das einen in seinen Bann zieht. Erst dann geht man drauf zu und schaut, wer der Maler ist. Ein Essen, was einem köstlich schmeckt. Erst dann setzt die Neugierde ein zu erkunden, was denn da drin ist.Die gute Idee kommt aus dem freien Raum. Aus dem Nichts. Sie ist schwerelos. Sie kommt wie das Raumschiff Enterprise im Vorspann aus dem Nichts auf einen zu. Man nimmt alles auf, was einem an Aufgabenstellung, Problem, Hintergrund und allen weiteren Informationen zur Verfügung steht und dann setzt es sich wie ein Zauberwürfel wie von selbst zusammen. Man muss es nur zulassen. Nicht bewerten. Nicht darüber nachdenken. Und man muss die Fähigkeit besitzen, der ersten Idee zu glauben. Denn es ist die reinste, sauberste Idee, die auf maximaler Plausibilität beruht. Sollte die nicht gut sein, liegt das nicht an der Idee, sondern an fehlenden, oder fehlerhaften Informationen. Man muss Mozart schon sagen, dass er ein Requiem schreiben soll. Sonst kommt was Unpassendes für die anvisierte Angelegenheit bei raus. Die gute Idee berücksichtig Unmengen von Parametern. Bei dem einen sind es mehr, bei dem anderen weniger. Das entscheidet meist über die Qualität von Ideen. Obwohl das nichts mit dem Alter zu tun hat, sondern mit dem Mut, völlig loslassen zu können, um im entscheidenden Augenblick zupacken zu können. Die gute Idee kommt aus einer anderen Richtung, woher die Aufgabenstellung kommt. Sie kommt von der Lösung und bewegt sich auf das Problem zu. Die gute Idee entsteht nicht aus dem Problem oder bewegt sich vom Problem auf die Lösung zu. Man muss frei im Kopf sein. Sonst geht das nicht. Man darf keinem gefallen wollen. Man darf niemandem ausser der Lösung förderlich sein wollen.Aber wie gesagt, die gute Idee, erscheint nur einfach. Es ist wie mit Ballett-Tänzern. Das sieht auch sehr einfach aus, wie die über den Bühnenboden zu schweben, zu fliegen scheinen. Mit welcher Leichtfüßigkeit, mit welcher Eleganz einem das alles erscheint. Aber damit das so einfach aussieht, hat man sehr viele Jahre harter Arbeit investiert. Schade, dass die Verantwortlichen und die Gesellschaft diese Qualität nicht zu würdigen weiss, sondern genau das Gegenteil tut, diese Form von Leistung so gering wertschätzt. Man sollte mal 150 Kilo Coach-Potatoes ein Ballett tanzen lassen. Das Pendant dafür in der Werbung gibt es zu Genüge - Dilettanten gibt es ausreichend. Denn wer sich verkaufen kann, der kann auch schlechte Ideen verkaufen. Und das passiert oft. Denn meist haben schlechte Produkte auch schlechte Werbung. Wenn jemand denkt, es gibt aber viel schlechte Werbung, dann könnte es daran liegen, dass es vermehrt oder in der Überzahl auch schlechte Produkte gibt. Dieser Schluss ist zulässig.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 14:50

Montag, 14. Mai 2012

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 09:22

Montag, 30. April 2012

Das herrliche Knacken ist zurück.

Nach gefühlten 25 Jahren ist ein alter Bekannter «Der Schallplattenspieler» wieder bei mir eingezogen. Nach dieser sehr langen Zeitspanne, in welcher der Convenience-Gedanke stark im Vordergrund stand, kehrt nun wieder die Musik zurück in den Mittelpunkt meines Interesses. Ich komme wieder dahin zurück, wo alles anfing. Ob ich nun 100.000 Titel oder nicht auf einer Festplatte habe, von wo aus ich per WLAN, Bluetooth, Ethernet, über iPhone, iPad, iCloud, MacBook iMac etc. überall Musik hören kann, hat mich zunehmend gelangweilt und immer weniger interessiert. Mir ist aufgefallen, dass ich immer weniger Musik gehört habe. Immer häufiger habe ich ab- und aus- geschaltet. Das ständige Gedudel, vor allem von schlechter Musik, ging mir gehörig auf die Nerven. Das ist wie in einem Steakhaus, in dem zu einem Superpreis «All you can eat» angeboten wird, man selbst ist aber Vegetarier. Die Musik wurde zudem nicht besser, sondern nur die technischen Anwendungen drum herum. Eigentlich höre ich zu 80% noch immer dieselbe Musik wie vor 25 Jahren. Da ist nicht viel Neues und Gutes dazu gekommen. Das ist alles so, als ob es in deinem Lieblingslokal nun Online-Booking über die Webseite gibt und WLAN und die Tageskarte per PDF und eine Webcam aus dem Lokal und ein IPad auf der Toilette und das Gericht des Tages per SMS, die Rechnung per Bluetooth, die Wetterapp auf deren Webseite, ... Das ist ja alles nett und sicher fortschrittlich. Aber eigentlich geht es mir in meinem Lieblingsrestaurant um das gute Lebensgefühl. Zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein. Umgeben von den richtigen Menschen. Einfach gutes Essen in einem kulturellen Umfeld, das meiner Person entspricht. Und da zählt der bekannte Kellner, der Lieblingsplatz, der schöne Ausblick, die lieben Bekannten - mehr, als alles andere. Das man ankommt an einem Ort, an dem man sich sehr wohl fühlt. Das ist und bleibt so. So schön die schöne neue Welt auch ist, der Primärnutzen bleibt davon letztendlich unberührt. Das wird einem im Laufe der Zeit bewusst. Die Technik hat sich in den Vordergrund gemogelt. Und nicht die Musik. Die Convenience Argumente haben mich eine Zeit begeistert und begleitet, aber am Ende geht es mir dann doch um die Musik. Die intensive Zeit mit guter Musik.
Und die Musik braucht meine ganze Aufmerksamkeit, eine Schallplattenlänge mindestens Zeit und einen Ort der zum Musikhören geeignet ist. Gute Musik braucht nur einen guten Zuhörer. Der Musik selbst ist es dabei völlig egal, woher sie kommt, wie sie klingt. Das ist Sache des Hörers. Das ist Sache der persönlichen Kultur. Trinkt man aus dem Glas lieber als aus dem Becher? Ich wollte wieder „richtig“ Musik hören. Nicht viel, sondern gut. Nicht überall, sondern genau an diesem Ort. Nicht alles, sondern nur das Wenige besonders Gute. Nur Musik und ich. Keine Ablenkung, keine Technik zu viel. Kein Convenience. Zeit nehmen. Aufstehen, hingehen, Platten aussuchen. Vorfreude empfinden. Schallplatte raus holen. Auf den Plattenteller legen. Von Staubkörnchen befreien. Nadel absenken. Mein Lieblingsknistern vernehmen. Hinsetzen und umhüllt von bezaubernder Musik genießen. Nicht mehr und nicht weniger.Zur Zeit habe ich nur ein paar Platten. Aber die haben es in sich. An denen kann ich mich gar nicht satt hören. Die kleine Auswahl ist wohltuend, das ist wie die Tageskarte in einem guten Restaurant: Fisch oder Fleisch? Wenn Fisch dann... Das war´s. Weniger ist eben dann doch meist mehr. Es fällt mir schwer zu beschreiben, was ich wiedergetroffen habe. Was wieder bei mir eingezogen ist. Vielleicht ein sehr guter alter Freund, den ich lange nicht gesehen und gehört hatte und er hat alle seine guten Erinnerungen und Geschichten mitgebracht. Wunderbar. Analog. Echt. Authentisch. Warm. Wohltuend. Sensibel. Wohlklingend. Ich habe den Ort, den Moment und das Gefühl zurück, was ich so lange vermisst hatte, ohne das ich wusste, was ich vermisst habe. Nun weiß ich es. Die Musik. Nichts als die Musik.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 11:33

Montag, 23. April 2012

Frei. Freiheit. Freiheiten.

Im Laufe meines Lebens wird mir erst bewusst und klar, was Freiheit überhaupt für mich bedeutet. Für mich persönlich. Der Begriff ist so politisch belegt, dass ich mir lange gar keine persönlichen Gedanken darüber gemacht habe. Die Politik will Freiheit. Freiheit erhalten. Freiheit erringen. Freiheit erzielen. Freiheit verteidigen. Was sie damit genau meint, bleibt eigentlich unklar. Es gibt z.B. Pressefreiheit. Die Formen der politischen Freiheit schaffen mir den Rahmen für meine persönlichen Freiheiten. Aber die wichtigsten persönlichen Freiheiten bleiben sogar von den politischen weitestgehend unberührt. Die meisten persönlichen Freiheiten bleiben sogar weitestgehend unberührt und ungenutzt. Persönliche Freiheiten sind eigentlich darauf beschränkt und begrenzt, was man im Rahmen der Gesetzgebung darf. Und im Rahmen von Moral und Ethik. Wir haben die Freiheit, so schnell Auto zu fahren, wie wir wollen. Wir haben die Freiheit zu wählen. Wie haben die Freiheit zu entscheiden. Wir haben die Meinungsfreiheit und derer unzähliger mehr. Dabei ist Freiheit vor allem ein Gefühl. Wie Sicherheit. Und Liebe. Das Gefühl bestimmt die gelebte Freiheit. Das bedeutet, dass man sich sogar im Gefängnis frei fühlen kann. Freiheit ist vor allem im Kopf. Und Freiheit ist kein Selbstbedienungsladen, in dem man sich die Taschen voll packt, bis jemand stopp sagt. Freiheit ist nicht was man macht, sondern sich die Freiheit zu nehmen, vieles bewusst nicht zu machen. Unsere wirkliche Freiheit ist eigentlich durch unser Verhalten immer in Gefahr. Vor allem Angst raubt uns das gute Gefühl von Freiheit. Schuld steht dem in nichts nach. Vor allem das Schuldgefühl. Wir sehen, leben und nutzen Freiheiten nicht, weil uns negative Gefühle davon abhalten. Die gedankliche Freiheit ist die wichtigste und schönste. Die Freiheit wahrhaftig, authentisch, man selbst zu sein. Es sind die vielen kleinen Freiheiten des Tages, die das Leben zu etwas ganz besonders Wundervollem machen. Für Menschen, die aber in hierarchischem Denk-System groß geworden sind wie ich, ist das mit den persönlichen Freiheiten nicht so einfach. Das muss man wie laufen lernen, erst erlernen. Denn vor meiner Freiheit stehen gesellschaftliche Aspekte wie Pflicht, Gehorsam, Folgen, Befehlen, Anordnen, Verfügen, Anweisen, Verpflichten, Bewerten, Anpassen, Funktionieren, Prüfungen, Leistung, Nachweis, Beweis, Anspruch, Gesetze, Regeln, Ordnung. Die sogenannten Bürgerpflichten. Und die darin bestehenden und gewachsenen systemimmanent hierarchischen Strukturen. Das bedeutet, deren Freiheit gehen solange vor, bis ich an der Reihe bin. Eine Art Befehlskette der persönlichen Freiheit. Da ich überhaupt nicht in hierarchischen Systemen denken und handeln kann, kam ich in diesen auch nie zurecht. Der Gedanke allein, ich ich würde in einem Konzern arbeiten oder in einem Amt oder in einem anderen hierarchischen System treibt mir schon den Schweiß auf die Stirn. Das ein System über meine Freiheit entscheidet. Wann die dran ist. Wie ich diese auszuüben haben. Das alles kann ich psychisch nicht ertragen und körperlich nicht bewältigen.Meine Versuche auch in solchen Systemen erfolgreich zu sein, sind gescheitert. Diese haben mich zudem krank gemacht. Ich bekam eine Neurodermitis, Magen-Probleme und war cholerisch. Und einige andere Nebenwirkungen mehr. Gerne wäre ich in einem dieser großen Systeme größer geworden. Aber es war schnell klar, dass dieses Unterfangen für beide Seiten nicht sinnvoll wäre. Meine Vorstellung nach persönlicher Freiheit. Mein Wunsch nach Selbstbestimmung. Meine Sehnsucht nach der Freiheit der Gedanken. Für alles das ist in hierarchischen Systemen kein Platz. Aus gutem Grund. Aber es brauchte Jahre bis ich meine Programmierung erkannte. Bis ich diese in Frage stellte und wirklich anfing meine Wünsche auch in meinem Mittelpunkt zu stellen. Eigentlich habe ich erst in den letzten Jahren begriffen, was persönliche Freiheit überhaupt bedeuten könnte. Erst in den letzten Jahren habe ich wirklich ernsthaft angefangen, Freiheit wirklich zu wagen. Das viel mir nicht leicht. Denn das System in meinem Kopf, wie man in dieser Gesellschaft zu funktionieren hat. Wie man Anerkennung, Status, Geltung und Bewunderung erhält. Liegt wirklich diametral dem gegenüber was ich nun Schritt für Schritt erlebe. Ich lerne die vielen kleinen Freiheiten zu leben. Die mir das Gefühl einer sehr großen persönlichen Freiheit vermitteln. Und meine Gehversuche sind manchmal wirklich komisch. Das ist so, als ob man 20 Jahre in einer Zelle genau 4 Meter x 3 Meter als Bewegungsfreiheit hatte und nun steht man in Freiheit und man hat das Gefühl,wenn ich nur einen Meter weiter als diese gewohnten 4 Meter gehe, dann passiert was Schreckliches. Ich habe es heute Morgen z.B. nicht geschafft zu frühstücken. Bin aber trotzdem pünktlich im Büro gewesen. Dann habe ich mir gedacht. Spinnst du? Das Frühstück ist wichtig. Es gibt dir Energie für den Tag. Also, du gehst jetzt in ein Café bestellst dir ein Frühstück und dann gehst du ins Büro. Ich kann mir diese Freiheit auf Grund meiner Lebenssituation nehmen. Aber ich traue es mir eigentlich im weit überwiegenden Teil meines Lebens nicht. Ich verhalte mich wie ein Mini-Konzern. Was besonders bescheuert ist. Denn der Gewinn meiner Lebensform ist die Freiheit. Denn dafür muss ich einen Totalverlust an Sicherheit in Kauf nehmen und verkraften. Das kann ich komischerweise seit 20 Jahren ohne Problem. Selten weiss ich, womit ich in 2 oder 4 Monaten mein Geld verdiene. Aber es hat immer irgendwie funktioniert in den letzten 20 Jahren. Da habe ich ein Urvertrauen. Das es immer irgendwie schon gut weiter geht.Aber gleichzeitig lebe und nutze ich den emotionalen Gewinn meiner Lebensform nicht. Falsch! Habe ich nicht genutzt. Seit einiger Zeit lerne ich, diesen zu nutzen. Ich gehe einfach mal eine Stunde früher aus dem Büro und gehe joggen. Ich verplappere mich im Café und bleibe einfach mal eine Stunde länger sitzen. Während der Arbeitszeit nehme ich mir Auszeiten und höre Jazz. Schreibe. Lese. Surfe im Internet. Ich suche und finde alles

mögliche. Ich interessiere mich. Und folge diesen Interessen.Meine Definition von Produktivität hat sich geändert. Der Faktor persönliche Freiheit verändert diesen sehr stark und sehr positiv. Mein Betriebsmodus ist von reinem Output umgestellt worden auf 50% Input und 50% Output. Die am Anfang beschriebene Befehlskette geht nun nicht mehr nur von meiner Umwelt aus, sondern mehr und mehr von mir. Aktiv. Ich lerne persönliche Freiheiten wirklich zu erkennen, umzusetzen und wertzuschätzen. Und das Großartigste daran, alles wird noch besser. Irgendwie bringt die Fähigkeit zur Selbstbestimmtheit nur Positives mit sich. In allen Bereichen des Lebens. Magisch. Es ist wirklich magisch.Ich lerne meine Freiheit als die wichtigste und wesentliche zu betrachten und plötzlich verändert sich alles, so wie ich es eigentlich immer wollte. Aber nie hin bekommen habe. Ich komme mir selbst immer näher und näher. Ein guter und schöner Weg, den ich da beschreiten darf und kann. Danke.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:00

Freitag, 20. April 2012

Lebenswege. Vom fahren, überholen, bremsen, abbiegen und verfahren.

Irgendwann biegen wir plötzlich ein in diese Straße. Das Auto voller Menschen. Wir am Steuer. Eine neue, andere Straße. Ein neuer Lebensweg. Lebensabschnitt. Einige wollen und müssen hier aussteigen. Weiter geht die Fahrt. Dann ahnen wir, es könnte sich eventuell um eine Einbahnstraße handeln. Aus dem könnte, wird langsam ein wissen. Wir bemerken es natürlich nicht gleich. Denn gerade noch fuhren wir auf einer dieser breiten mehrspurigen Hauptstraßen. Was hat uns bewogen, abzubiegen. War es uns zu voll. Wollten wir eine Abkürzung nehmen? Irgendwas war es. Man hat es nur schnell vergessen. Weil dieser neue Weg einem die volle Aufmerksamkeit abverlangt. Eigentlich war es auf der großen, breiten, hellen Hauptstraße viel angenehmer. Das wird einem aber erst bewusst, wenn man mal auf so eine kleine Nebenstraße abgebogen ist. Aber diese wird doch sicherlich zu einer anderen Hauptstraße führen oder zu derselben, von der man kam. Wir rechnen auch damit, dass es sicher gleich rechts oder links wieder raus geht. Aber da kommen keine Straßen. Komisch. Dann fällt uns auf, dass die Autos rechts wie links in dieselbe Richtung parken. Auch die Beschilderung ist nur in Fahrtrichtung ersichtlich. Wir gewinnen die Gewissheit:«Das ist eine Einbahnstraße.» Okay. Das kann ja mal passieren. Ist ja nicht so schlimm, diese führt am Ende ja wieder auf eine andere Straße. Seit einiger Zeit fahren wir nicht mehr entspannt und gelassen, sondern nervös und gehetzt. Jetzt sind wir schon so weit gefahren, dass wir nicht mehr einfach zurück setzen können. Umdrehen in einer Einbahnstraße geht ja auch nicht. Darum werden wir immer hektischer und hoffen inständig, dass am Ende der Einbahnstraße es wieder auf ein andere Straße geht. Es muss so sein. Eventuell auf eine Kreuzung. Kann auch eine kleine sein. Hauptsache raus aus der Einbahnstraße. Aber die Straße wird zunehmend enger und enger. Dunkler. Und die Häuserfluchten höher. Die Wohngegend wird übler. Beängstigend. Nun parken nur noch auf der rechten Seite Autos. Schon bald, parken gar keine Autos mehr in der Straße. Panik kommt auf, das Herz rast, man spürt den Puls im Hals schlagen.Der Blick nach vorne verheisst nichts Gutes. Gar nichts Gutes. Nach diesem langen Weg. Plötzlich sind auch die Gehwege verschwunden. Die Straße endet hier. Schluss. Es geht nicht vor und zurück. Sie ist genau so breit wie das Auto. Die Türen lassen sich nicht mehr öffnen. Wir hupen. Wir rufen. Nichts. Die Spritanzeige leuchtet auch schon seit einiger Zeit. Kein Handy-Empfang. Nichts. Und dann versuchen wir uns zu erinnern. Dafür müssen wir uns erst mal beruhigen. Was uns kaum gelingt. Wir waren auf so einem guten Lebensweg. Was um Gottes Willen hat uns bewogen abzubiegen? Gottes Willen? Warum? Wann sind wir in diese Straße abgebogen und warum. Sind wir überhaupt abgebogen, mussten wir? Was waren die Beweggründe? Der Grund. Verdammt was war der Grund. In Gedanken gelangen wir zu genau dieser Kreuzung zurück. Und dann sehen wir, was wir übersehen haben - Das Schild: Sackgasse. Fuck.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 12:03

Mittwoch, 4. April 2012

Ich schlafe mit jungen Frauen.

Jetzt ist es raus. Jeden Tag. Fast. Nicht am Wochenende. Morgens und Abends. Im Schnitt 2 x am Tag. Dann schlafe ich mit wechselnden jungen Frauen. Selten, dass es 2 x dieselbe ist. Und ich kann nichts dagegen tun. Auch wenn ich wollte. Die einen denken jetzt: «Wie kann er das nur tun in seiner Lebenssituation?» Andere denken sich jetzt: «Recht hat er, du lebst nur einmal! »Ich kann nur sagen: «Dagegen kann ich nichts machen. Auch wenn ich wollte. Da bin ich machtlos. Ich muss mit jungen Frauen schlafen. Ob ich will oder nicht.» Okay, ich könnte sie wecken. Aber das macht man Morgens und Abends doch nicht im Zug. Einfach aufwecken. Da ziehe ich es vor, mit ihnen zu schlafen. Obwohl ich selbst dabei nicht schlafe. Kein Auge kann ich zumachen. Manchmal schlafe ich auch mit Männern. Mit älteren Frauen. Ich schlafe mit allen, die schlafen. Im Zug schlafen viele Menschen. Kaum sitzen sie, schlafen sie ein. Oft sieht das unmöglich aus. Vor allem bei Männern. Die röcheln, schnarchen und sehen übel dabei aus. Oft stinken sie auch noch. Schlafende Männer im Zug sind kaum zu ertragen. Schlafende Frauen dabei wesentlich besser. Nicht alle. Aber wenn junge, hübsche Frauen ihren Kopf an das Zugfenster gelegt haben und so vor sich hin schlafen, dann hat das was Friedliches und bisweilen auch Erotisches. Wenn sich das zweite Gefühl einschleicht, dann setze ich mir meine Kopfhörer auf und höre Musik oder lenke mich anderweitig ab. Das Aufwachen oder die Ticketkontrolle sind bei diesem Akt im Zug besondere Momente. Denn dann erkennt man viel vom dem Typ Mensch. Menschen, die aus dem Schlaf gerissen werden, um ihr Ticket vorzuzeigen, zeigen dabei sehr persönliche Eigenarten. Auch wenn es an das Aussteigen geht. Das Beobachten dieser Persönlichkeitsmerkmale macht einen irgendwie zum Spanner. Was heisst irgendwie. Aber was soll man den tun, wenn jemand nur Zentimeter von einem entfernt aufwacht. Wie soll man da weg schauen. Es nicht bemerken. Das ist fast unmöglich. Ich schlafe nicht im Zug. Meine Energie ist auf 220 Volt. Morgens, Mittags und Abends. Es verwundert mich, wie viele Menschen sofort in Stand By Stellung verfallen. Wie der wenige Energiehaushalt, sofort auf Niedrigverbrauch-Modus umstellt und diese Menschen in den Schlaf fallen lässt. Was strengt so an, dass man in der ersten Ruhestellung fast ohnmächtig weg schlummert?Egal, so lange ich Zug fahre, muss ich mich eben daran gewöhnen, mit fremden Menschen zu schlafen. Es gibt schlimmeres. Schlimmer wäre es sicherlich, wenn alle so wach wären, wie ich. Oh mein Gott und das schon morgens, das wäre unerträglich. Moment mal, da kommt mir ein Gedanke. Vielleicht schlafen die ja gar nicht, sondern die stellen sich nur schlafend bei meinem Anblick.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 10:46

Montag, 2. April 2012

Nicht lange her.

Da hat man noch aus dem Radio auf Kassetten aufgenommen und ist verrückt geworden, wenn der Ansager kurz vor Ende des Songs reingequatscht hat. Dann war die ganze Aufnahme für´n Arsch. Zurück spulen und auf den nächsten Song warten. Da haben wir auch noch die B-Seite von Schallplatten gehört. Obwohl bei manchen nie. Vor allem bei Singles. Oder weiss jemand was auf der B Seite von „Bobby Brown“ war? Da haben wir Brieffreundschaften mit einem Mädchen aus Frankreich gehabt. Und so haben wir uns alle 6 bis 8 Wochen einen handschriftlichen Brief geschrieben. Isabelle Labonde hieß meine. Da hatte das Telefon eine Wählscheibe, war an der Leine und die Eltern machten ein Schloss daran, damit es nicht so teuer wurde. Und daneben lag das obligatorische Kunstleder-Telefonverzeichnis.Da holte man das Telefonbuch noch selbst bei der Post ab. Und schlug sofort seinen eigenen Namen auf und betrachtete den Eintrag voller Stolz.Da hatte das Fernsehen 3 Sender. Und keinem viel auf, dass dies wenig sein könnte. Der Höhepunkt der Woche war eine Sendung Namens „Disco“ und alle riefen mit wenn er schrie: „Licht aus...wommm...Spot an...“Da sprach man Montags über Dalli Dalli, Am Laufenden Band, Der große Preis und wie sie alle hießen.Da durfte man beim Fußball zum Torwart zurück passen. Da spielten nur die Landesmeister auch im Landesmeister Pokal. Da wusste kaum jemand, was eine Mango, Papaya, Kiwi und Litschi war. Ich schon gar nicht.Da stand im Kühlschrank Tri-Trop und Cappy. Man aß Raider und Treets Schokoklicker. Da gab es im Fernsehen Werbung für Zigaretten. Und es wurde in jeder Sendung geraucht. Und in jedem Film. Und im Auto und im Zug und im Flugzeug und im Restaurant und überall, wo ein Mensch und eine Zigarette reinpassten. Da waren Ehepaare, die geschieden waren eine absolute Seltenheit. Frauen, die einer Arbeit nachgingen, auch. An Frauen in Führungspositionen kann ich mich gar nicht erinnern. Da war die einzige nackte weibliche Haut, die man zu sehen bekam in der Brigitte, Petra und für Sie. Wenn man das Glück hatte, dass es um Unterwäsche ging. Schlüpfer wie meine Mutter dazu sagte. Da machte der erste MC Donald in Deutschland auf und der erste IKEA. Dem Wienerwald ging es schon damals den Umständen entsprechend nicht so gut. Da hat man sich Bundestagsreden im Fernsehen angesehen, in Schwarz/Weiß. Obwohl der Rest der Welt schon bunt war. Und die Politiker hatten etwas zu sagen und sich gegenseitig auch. Da gingen alle paar Monate gefühlte Millionen auf die Straße demonstrieren. Gegen alles das, was nun wirklich nicht sein musste. Da starben Elvis und John Lennon. Und Jim Morrison. Und ein wenig später Freddy Mercury. Nein, das war deutlich später. Da haben Fussballtrainer am Spielfeldrand geraucht. Spieler in der Halbzeitpause auch. Da waren unsere Eltern noch so unglaublich jung. Jünger als wir jetzt sind. Da waren wir noch Kinder. So alt wie unsere Kinder jetzt sind. Das aktuelle Sportstudio gab es damals schon. Und die Torwand war schon damals einer der Höhepunkte. Aber alle waren so unglaublich jung. Und die Jungen, die es jetzt gibt, die gab es da noch gar nicht. Natürlich. Aber manchmal wundere ich mich, wen und was die jungen Menschen alles überhaupt nicht kennen. Wahnsinn denke ich dann, wie kann man das nicht wissen. Bis mir dann einleuchtet - wie denn auch.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 08:41

Freitag, 30. März 2012

Zerreißprobe

Wie machen das nur die Anderen? Ich wundere mich jeden Tag. Wie machen die das nur? Ich beobachte sie sogar, aber ich kann nichts entdecken. Nichts. Kein Blick der Sehnsucht. Keine Traurigkeit. Keine Verzweiflung. Nichts. Und mich zerreisst es. Und ich hoffe jeden Tag, dass es besser wird. Aber das wird es nicht.Vater. Vater sein. Meine Gedanken und Gefühle sind fast ständig bei meinen Kindern. Und jede Trennung empfinde ich als Opfer. Neid und Eifersucht kommt in mir auf, wenn sich meine Kinder ohne mich amüsieren. Ständig muss man seine Kinder abgeben und teilen. Mit anderen teilen. Immer weniger verweilen sie in meiner direkten Nähe. Und dann die Arbeitswelt. Diese vielen Stunden, in denen man ganz woanders ist. Diese viele Zeit, die man nicht gemeinsam erleben kann. Nicht gemeinsam genießen. Nicht mal gemeinsam langweilen, ärgern oder streiten.Dabei ist das Leben nur ein Wimpernschlag. Kaum ist es da, ist es auch schon wieder vorbei. Und die gemeinsame Zeit mit Menschen, die wir lieben, ist so unglaublich kurz bemessen und noch kostbarer. Wie machen die das - in den Meetings? Meine Gedanken schweifen so oft ab. Hin zum Lächeln meiner Kinder. Was sie jetzt wohl gerade tun? Die Bilder der letzten Tage noch einmal vergegenwärtigen. Die gemeinsamen Pläne für die nahe Zukunft in Gedanken noch einmal durchgehen. Meine Gefühle sind wie schwere Ankerleinen mit meinen Kindern verbunden. Jede Trennung bedeutet, Leinen los. Und oft Leinen kappen. Ich bin dann immer heil froh und überglücklich, wieder da zu sein. Zusammen zu sein. Ich drücke das sicher nicht so aus. Denn die würden sicher denken, der Alte hat wohl einen Knall. Wenn meine Kinder wüssten, wie sehr ich mit ihnen verbunden bin. Und wie sehr mich ihre Enttäuschung schmerzt. Wie sehr mich ihre Schmerzen quälen. Wie unerträglich Ungerechtigkeit ist, die sie erleiden müssen. Und wie stolz ich jede Sekunde bin. Es ist eine Sucht. Eine echte Abhängigkeit. Die Gesundheit, das Glück, die Zufriedenheit meiner Kinder mit zu erleben, ist das Zentrum meines Lebens. Ich hatte ein anderes Leben ohne Kinder. Sicher werde ich auch wieder ein anderes Leben auch mit Kindern haben. Aber jetzt wundere ich mich über diese vielen Väter, die ständig von ihren Kindern getrennt sind. Wie sie das bloß ertragen? Einige verwirren mich komplett. Das sind die Väter, die mir das Gefühl vermitteln, dass die Kinder Muttersache sind und die die Kinder bisweilen mehr belasten und anstrengen. Aus diesem Grund kommen sie lieber erst nach Hause, wenn die Kinder schon schlafen. Unglaublich. Wie kann man so unterschiedlich empfinden.Mich zerreißt es. Jeden Tag. Jeden Augenblick. Die Ängste, es könnte was passieren und ich habe sie nicht beschützt. Die Freude, es könnte was passieren und ich habe es nicht miterlebt. Sie nicht trösten zu können und ihnen nicht Anerkennung zu Teil werden lassen. Ich will eigentlich jeden Moment mit meinen Kindern auskosten. Aber das weltliche Leben hält mich davon ab. So ziehe ich jeden Tag los - weg. Und meine Kinder machen das auch schon. Und wie Kometen in der Umlaufbahn zu einem Planten, die sich langsam und langsam weiter und weiter entfernen. Sie kreisen zwar für immer um den Planeten, aber die Entfernung wird größer und größer.Da hilft auch die größte Anziehungskraft nichts. Das ist ein Naturgesetz. Kinder bleiben keine Kinder. Mein Gott macht mich das traurig. Vor allem, dass es bald schon vorbei ist und ich nicht jeden Moment habe voll genießen können. Wie halten das nur die Anderen aus. Quält die das genau so wie mich? Ich kann nichts erkennen. Verdammt ich kann nichts erkennen. Und da sitzen wir in unserer wichtigen Welt mit unseren wichtigen Themen umgeben von wichtigen Menschen und alles was mir wirklich durch den Kopf geht und nahe ist, sind die Star-Wars Sammelkarten meines Sohnes und die Schleich-Pferde-Sammlung meiner Tochter. Wenn sich jetzt jemand fragt, wo ist die Frau bei diesen Gedanken. Keine Sorge, die ist da. Auch sehr nah. Aber das sind die Gedanken, fokussiert durch die Vater-Augen gesehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:25

Montag, 26. März 2012

Montag 26. März. OMM: Open Monday Meeting. Für Dich und mich. Every nice monday.

OMM | Open Monday Meeting - Unser Thema ist deine Geschäftsentwicklung.
Christof Hintze ist in der Box [Restaurant, Bar, Café] am Gärtnerplatz 1, in 80469 München. 10.30 Uhr bis 17.30 Uhr. Einfach spontan kommen, oder per Termin-Vereinbarungen über Facebook.   Ich werde jeden schönen Montag [versuchen] in Zukunft, ab 10.30 Uhr da zu sein. Bis 17.30 Uhr. Für Menschen die mal nur eine geschäftliche Frage haben, mal sich austauschen wollen, mich treffen wollen, neue Kontakte knüpfen ... was auch immer. Einen Ansprechpartner für ihre wichtigen Fragen suchen. Eine Meinung. Reflektieren. Diskutieren. Debattieren. Rückenwind. Rückendeckung. Tipp. Ratschlag. Kritik. Orientierung.   Wer für eine Open Source Gesellschaft und Open Source Business wie ich steht, der sollte auch so kommunizieren. Damit betrete auch ich Neuland. Und öffne mein Open Office. Raus aus der sicheren Deckung des Internets. Raus aus den Konferenzzimmern der Unternehmen. Rein in die Wirklichkeit. Denn nichts ersetzt die Wirklichkeit. Ich öffne meinen Erfahrungsschatz in Sachen Geschäftsentwicklung, Beratung, Coaching, Marketing und Kommunikation. Für Menschen und Unternehmen die es verdient haben und es zu schätzen wissen.
Also, ich bin da - Montags in München im Box am Gärtnerplatz. Mal sehen was passiert. Was entsteht. Ich bin sehr neugierig und gespannt.   Die Gesprächskultur wird durch 3 zentrale Leitgedanken getragen: Wertschöpfung entsteht durch Wertschätzung. Auf neuen Wegen zu alten Zielen. Und - Die bessere Idee gewinnt.
Also, nur Mut. Ich habe den ersten Schritt gemacht, nun kannst du den Zweiten tun.
GrußChristof

Die nächsten Termine:

Montag der 26. März 2012: Facebook Veranstaltungs-Informationen öffnen
Montag der 16. April 2012: Facebook Veranstaltungs-Informationen öffnen
Montag der 23. April 2012: Facebook Veranstaltungs-Informationen öffnen
Montag der 30. April 2012: Facebook Veranstaltungs-Informationen öffnen

Geschrieben von Christof Hintze in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 11:09

Freitag, 23. März 2012

Über Entschlossenheit und Gleichgültigkeit.

Ich bin in Köln Chorweiler zur Schule gegangen. Das sagt nur dem geneigten Kölner etwas. Nennen wir es mal einen sozialen Brennbezirk. Einen, wie es ihn in Deutschland in der Form zum Glück nur selten gibt. Der Ausländeranteil der Einwohner liegt sicher über 70 %, der in der Schule lag über 50%. Die Architektur untermauert die sozialen Spannungen. Niemand besucht Chorweiler, um sich das mal anzusehen. Man fährt nur weg, nicht hin. Wenn man kann. In Chorweiler ist eine große Gesamtschule mit weit über 2.000 Schülern. Es gab 12 fünfte Klassen, 12 sechste Klassen und so geht es bis zur 10. Dann nimmt die Anzahl der Klassen rapide ab. Das erzähle ich, um auf etwas hin zuweisen. Auf den Blick der Entschlossenheit. Den habe ich da kennen gelernt. Viele Menschen sind entschlossen, Dinge zu tun. Diese Art der Entschlossenheit habe ich heute Morgen zufällig wieder in den Augen von Menschen am Münchner Bahnhof gesehen. Es waren durchweg die Augen von Ausländern. In diesen erkenne ich diesen Blick. Die Einstellung zur Entschlossenheit. Es ist ein ganz besonderer Ausdruck. Der kann einem Angst machen, wenn er gegen einen selbst gerichtet ist. Hat man diesen Blick aber auf seiner Seite, dann ist das wie mächtiger Rückenwind. Ein unglaubliches Gefühl, Menschen an seiner Seite zu haben mit dieser Art von Entschlossenheit.Bei den meisten Menschen sehe ich diesen Ausdruck nicht. Vor allem bei meinen deutschen Mitbürgern. Der Blick ist meist ausweichend, arrogant, nervös, gleichgültig und leer. Selten sehe ich in Augen, die auf mich entschlossen wirken und wenn, dann sind es meist Kinderaugen. Die haben diese Fähigkeit noch, die offensichtlich im Laufe der Zeit verloren geht. Ich mag diese Entschlossenheit. Die hat was Anpackendes und Zupackendes. Die hilft einem wirklich. Die macht was. Die bewegt was. Die ist nicht egoistisch, träge und faul. Aber sie geht auch schon mal über Grenzen. Es ist dieselbe Entschlossenheit mit der auch Gewalt ausgeübt wird. Eine Entschlossenheit, die über die Angst hinweg hilft. Welche die Angst überdeckt, überlagert oder gar nicht erst aufkommen lässt. Welche Schmerzen, Hindernisse oder Gefahren übersieht. Einfach bei Seite schiebt. Trotzdem ist mir diese Entschlossenheit näher und lieber als diese Gleichgültigkeit. Man muss sie nur besser kanalisieren. In gute Bahnen führen. Positiv einsetzen und nutzen. Dann ist Entschlossenheit eine absolut wünschenswerte Charaktereigenschaft für mich. Aber ich sehe sie nicht oft. Diese funkeln in den Augen. Dieser Blick. Die ganze Physionomie, die es ausdrückt: Ich mach das. Ich kann das. Ich will das. Wunderbar. Es scheint eine Eigenschaft zu sein, die vor allem da vor kommt, wo die Geigen nicht im Himmel hängen und es nicht Milch und Honig regnet. Auf der Sonnenseite des Lebens trifft man nur vereinzelt auf diese Art der Entschlossenheit. Es scheint die Bereitschaft zum Ausdruck zu bringen, zum Äußersten zu gehen. Und manchmal darüber hinaus. In München sehe ich diesen Ausdruck sehr selten, darum ist es mir heute Morgen so sehr aufgefallen - positiv.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 10:19

Mittwoch, 21. März 2012

Jeweils einfach dein Bestes daraus machen.

Zum Jahrestag meine sehr eigenwilligen Gedanken über das Leben. Mein Geschenk an die Leser. An dich. Das Leben untergliedert sich in 4 Phasen.1. Kleinkind: Abschauen2. Jugendlich: Kopieren3. Erwachsen werden: Anpassen4. Erwachsen sein: VerstehenDer schlimmste Verlust des Lebens, scheint der Verlust der Kindheit zu sein. Der Zeitraum in dem man Wagemut mit Verlustangst tauscht. In dem Berechnung die Naivität ersetzt. In dem die Gier den Neid verdrängt. In dem die Vernunft die Begeisterung in den Schatten stellt. Wenn die vielen Sonnenseiten des Lebens plötzlich Schatten bekommen, die länger und länger werden. Das ist das Leben. Genau. Das Leben ist das, was man selbst daraus macht. Dieses Selber-Machen, wird durch 4 Phasen gestaltet.Die Erste: Das Abschauen.Am Anfang bleibt dem Geschöpf Mensch nichts anderes übrig, als das sich abzuschauen was die Menschen in unmittelbarer Nähe ihm vormachen. Er geht davon aus, dass wenn er das gut und gründlich abschaut, er im Leben gut zurecht kommt. Dass er dann geliebt wird. Darum schaut er primär von denen besonders genau ab, denen er unerschütterliches Urvertrauen entgegen bringt. Dazu gehören leider nicht nur die schönen Dinge, sondern auch das, was der Mensch sich sonst noch abschaut. Er kann dass noch nicht auseinander halten, was man sich abschauen sollte und was besser nicht. Die Zweite: Das Kopieren.Nach dem Abschauen von Verhaltensweisen aller Art, tritt der Mensch in die Phase der Jugend ein. Nun möchte er gerne so sein wie die. Er möchte haben, was die anderen haben. Tragen, was man trägt. Sein, wo man ist. Nach dem Abschauen der Verhaltensweisen, kopiert der Mensch Menschen und Dinge seines jeweiligen Umfelds. Er kopiert seine Umwelt. Das, wovon er glaubt, dass er so sein will wie. Man kopiert Mode. Man kopiert Haarschnitte. Gesten. Formulierungen. Und die Kopie muss gut sein. Die Dritte: Anpassen.Nach der Jugend geht es in die Phase des Erwachsenwerdens. In dieser versucht sich der Mensch so gut es geht anzupassen. Zu funktionieren. Seinen Platz und seine Rolle zu finden. Über die Anpassung versucht er ein Teil der Gemeinschaft zu werden. Dem Abschauen, dem Kopieren folgt die gesellschaftliche Anpassung. Der Mensch will ein Teil im System der Erwachsenenwelt sein. Das Mittel der Anpassung scheint ein probates Mittel zu sein, um seinen Platz zu finden. Deshalb lernt der Mensch nun, sich nahtlos einzufügen. Keinen Widerstand und keine Wiedersprüche zu erzeugen. Zu gefallen. Beliebt zu sein. Die Vierte: VerstehenErst in der letzten Entwicklungsphase ergibt sich die Chance, sich selbst zu verstehen. Vorraussetzung dafür ist es, das Erwachsenwerden auch erfolgreich abzuschließen. Was vielen nicht gelingt. Sie befinden sich in einer Endlos-Erkenntnislos-Schleife. Sie sind dazu verdammt, ein Leben lang durch dieselbe Drehtür der Erfahrung zu gehen. Und auf die immerselben Fragen, die immerselben falschen Antworten zu finden. Wer es aber schafft, die Treppe der Erkenntnis Stockwerk für Stockwerk hinauf zu gelangen, der tritt in das Erwachsensein ein. Nun versteht er, dass nach der Anpassung das Loslassen kommt. Um nun sich selbst als Individuum zu erkennen und zu verstehen. Und nur noch man selbst zu sein. Mit allen Vorzügen und Nachteilen. Kein Abschauen mehr. Kein Kopieren mehr. Keine Anpassung mehr. Sondern nur noch Sein. Alle diese Sozialisierungsphasen haben ihren Hintergrund und ihre Wichtigkeit. Sie können kürzer oder länger sein. Bei dem einen oder anderen entfällt eine dieser Phase fast vollständig. Aber grundsätzlich scheint der Lebensweg diese Phasen zu durchschreiten. Ein Augenmerk sollte man auf die vierte legen. Denn in ihr wird Wichtiges plötzlich unwichtig. In ihr wird Unwichtiges plötzlich wichtig. Ziele werden verworfen. Träume zerplatzen. Neue Ziele, neue Träume nehmen ihren Platz ein. Es ist die Phase, in der sich die Menschen der Phasen 1 bis 3 an einem orientieren. Es ist die Phase in der sich Dinge ändern können. Weil die Kinder sich andere Verhaltensweisen abschauen. In der Jugendliche andere Idole, Vorbilder kopieren und der sich Heranwachsende an neu veränderte Umstände anpassen müssen. Wenn wir die Veränderung als etwas Positives ansehen. Wenn wir dem Neuen mit Neugierde begegnen. Wenn wir Dinge zum Besseren verändern wollen. Wenn wir als Menschen, als Menschheit weiter kommen wollen. Wenn jede Generation einen Entwicklungsschritt gehen soll. Dann ist es enorm wichtig, dass die vierte Phase das vorlebt. Also, was lebst Du vor, was Dir keiner vorgelebt hat? Was kann man an Dir kopieren, was es als Vorlage zuvor nicht gab? Wie muss sich jemand anpassen, wie es das zuvor noch nicht gab? Und bereichert das alles Dein Leben? Was bringst Du mit? Was bringst Du ein? Was gibst Du weiter? Denk dran. Die Welt, so wie sie ist, kann sich nicht verändern und schon gar nicht zum Guten, wenn Du Deinen Teil zur Veränderung nicht beiträgst. Es ist ein unverzichtbarer Verlust. Es ist genau das, was der Mensch am meisten unterschätzt. Seine eigene Wirkung. Es liegt an Dir.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 17:39

Montag, 19. März 2012

Über Weichteile.

Meine Wahrnehmung ist vielleicht vergleichbar mit der eines Elektronenmikroskops. Ich nehme Dinge in tausendfacher Vergrößerung wahr. Das nenne ich selektive Wahrnehmung. Wie ein Koch eine Mahlzeit nicht mehr als Ganzes wahrnehmen kann. Wie der Musiker kein Konzert mehr als Ganzes wahrnehmen kann. So geht es mir mit vielen Dingen rund um Kommunikation, Marketing, Betriebswirtschaft und Volkswirtschaft. Ich habe über die Jahre so viele Eindrücke sammeln können, dass ich vieles in unendlich kleine Details zerlegen und wieder zusammensetzen kann. Das lässt sich nicht verhindern, wenn man sich sehr aufmerksam und über lange Zeiträume hinweg mit denselben Dingen beschäftigt.

Das ist auf der einen Seite eine große Freude, weil ich vieles sehe, was andere nicht wahrnehmen können. Aber es ist auch ein ebenso großer Fluch. Denn ich kann den Betriebsmodus nicht abschalten. Ich betrachte alles in diesem Modus, und das nervt. Häufiger mein Umfeld, aber hin und wieder auch mich. Gerne würde ich die Schwächen, Stärken, Chancen und Risiken nicht sehen, sondern einfach nur das was ist und so wie es ist. Einfach. Ich wünsche mir manchmal gedankliche Einfachheit. Leere. Ruhe. Stille. Aber es geht nicht. Alles seziere, zerlege, atomisiere ich. Tiefer und tiefer. In Gedanken kann man immer tiefer in immer neuere Welten vorstoßen. Der Plot zu Raumschiff Enterprise, ist zu einem nicht geringen Teil mein gedanklicher Lebensentwurf. Nur dass meine letzte Folge noch nicht im Kasten ist.

Bei Bleistiften schreibe ich beispielsweise total gerne mit weichen Bleistiften. 4B oder besser sogar noch 6B. Das hat den Nachteil, dass die Stifte schnell verschwinden. Denn ein 6B schreibt sich schnell ab. Wesentlich schneller als ein HB. Der Vorteil überwiegt aber bei weitem. Man schreibt, als ob man mich Kohle zeichnet. Es fließt. Die Übergänge sind weich und geschmeidig. Mit einem 6B kommen die Wörter und Gedanken schöner zur Geltung. Da grenzt das Schreiben an das Malen.
Mit einem 6B kann man keine schlechten, üblen und hinterhältigen Wörter und Formulierungen schreiben. Was der OMM Writer als App für den Computer ist, ist der 6B Bleistift für das geschrieben Wort auf Papier. Ein 6B ist ein wahres Instrument, ein Schreibinstrument. Es ist das Cello. Wenn die Feder die Geige ist, dann ist der 6B Bleistift das Cello.

Wenn man schöne Wörter und Formulierungen mit einem 6B schreibt, dann ist die Vorfreude auf das Wort schon wunderbar. Und es wirkt noch schöner, als es ohnehin schon ist. Mit einem 6B wirkt fast alles Geschriebene und Skizzierte wunderbar. Weil das so ist, nehme ich oft einen 6B zur Hand. Ich habe in der Regel überall einen rumliegen und halte noch mehr in Reserve. Und das schreibt ein Nerd. Ein Internet-Entwickler, Gestalter, Konzeptioner und Macher.
Die Krönung aber ist ein Minenstift mit einer 6B Miene und einem Minenspitzer. Es ist immer noch ein Cello, aber ein besonderes - eins von Antonio Stradivari. Es ist ein Ritual, die Mine vor dem Einsatz zu spitzen. Sie muss so Spitz wie möglich sein. So spitz, dass bei der ersten leichten Berührung mit dem Blatt die Sitze ein wenig zerbröselt. Winzig. Kaum erkennbar. Nur für Menschen wie mich. Die spüren und sehen das und pusten dann leicht über das Papier.
Für den normalen Menschen und das normale Auge ist dieser Moment nicht erfahrbar. Aber für mich ist er das, und es ist einer der schönsten.
Er ist wie die Ouvertüre, es ist als ob man die Klinge des Rhetorikschwertes vor seinem Einsatz noch mal geschliffen hat. Geschliffen wie eine Rasierklinge. Geschliffen wie die sündhaft teuren und 200-fach gefalteten japanischen handgeschmiedeten Messer der Sushi-Köche. So scharf wie das Skalpell eines Chirurgen. Das geht nur mit einem solchen besonderen Schreibinstrument. Sonst mit nichts.
Die Tastatur eines MACs ist auf einem guten Weg, eine solche Verbindung abzubilden. Aber sie hat auf dem Weg einer 6B Mine gerade mal 20 Prozent des Weges geschafft. Was aber 100 Prozent mehr ist, als alles andere, was es da gibt.

Solange das noch so ist, werde ich wirklich wichtigen Dinge erst mal mit einem 6B zu Papier bringen. Gelernt habe ich das von meinem Texter-Lehrmeister. Jörg Grannemann. Er hat mir diese Kunst des 6B Stiftes zugänglich gemacht. Wie ein japanische, geheime Kampfkunst. Für das und vieles andere mehr bin ich ihm noch heute nach über 20 Jahren dankbar. Denn er war es, der mir die Türen und die Fenster zu dieser Welt geöffnet hat. Zeit mal Danke zu sagen. Danke Jörg. Und das Danke stell dir jetzt bitte geschrieben mit einem 6B auf einem feinen Fedrogonie Papier vor.
Das ist meine Art der Wahrnehmung. Und ich habe vieles noch weggelassen, damit es nicht zu langatmig wird. So habe ich die Farbe des Schreibgerätes außen vor gelassen, wie den Spitzer, die Papierbeschaffenheit, das Schreibgeräusch, den adäquaten wohlriechenden Radiergummi und anderes mehr.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:44

Mittwoch, 18. Januar 2012

So macht man «theoretisch» gute Werbung.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 14:29

Dienstag, 17. Januar 2012

Wer ans Ziel kommen will, muss gedanklich die Richtung wechseln.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 14:56

Freitag, 13. Januar 2012

Glaube versetzt Märkte

Geschrieben von Redaktion in Business Lösungen um 20:00

Donnerstag, 12. Januar 2012

notework. 48 Merkmale die wir Ihnen nicht verheimlichen wollen.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 15:50

Dienstag, 27. Dezember 2011

Das Jahr 2011. 2012 kann kommen. Komm doch. Ich bin bereit. Komm!

2011. Höhen und Tiefen. Weiten und Nähe. Hitze und Kälte. Verlust und Gewinn. Abschied und Ankunft. Laufen und Schlafen. Trennung und Verbindung. Freude und Trauer. Begleiten und Verweilen. Lassen und Anfangen. Bewegung und Stillstand. Begrüßen und Verabschieden. Alleine und Gemeinsam. Lust und Angst. Außer Atem und Atemlos. Liebe und Wut. Verstehen und Unverständnis. Verzweiflung und Zuversicht. Reden und Schweigen. Stille. Ein Jahr ist aus der großen Entfernung betrachtet, dann doch wie alle Jahre. Eine Zahl. Aus der Nähe betrachtet sieht dass ganz anders aus. Jedes Jahr hat dann eine eigene unverwechselbare Farbe. Dieses Jahr hat eine eher dunklere Farbe: Ein Dunkelgrün. Jedes Jahr hat eine eigene Musik. Dieses klang eher nach Johann Sebastian Bach. Jedes Jahr ist wie ein Roman, dieser ist sicherlich ein Drama. Jedes Jahr hat einen eigenen Geschmack, dieses war bitter und nur manchmal süß. Jedes Jahr ist wie eine Pflanze, dieses war wie Efeu. Jedes Jahr ist eigentlich gleich. Ein Kommen und Gehen. Aber bei genauem Hinsehen völlig anders. Es ist wie mit Schneeflocken. Sie sehen alle gleich aus, dabei gleicht keine der anderen. Diese Schneeflocke mit der Bezeichnung 2012 ist nun vom Himmel gefallen. Und die mit der Bezeichnung 2011 macht sich auf die Reise. Die Erinnerungen an ein Jahr sind die Spitzen der Emotionen. Im Negativen wie im Positiven. Es scheint, dass wir aus jedem Jahr nur eine gewisse Anzahl von sehr positiven und sehr negativen Erinnerungen in unseren Erinnerungen mitnehmen dürfen. Aus gutem Grund. Sind es zu viele negative, dann fällt das rückblickend nicht mehr so ins Gewicht. Und zu viele positive, gibt es das denn? Es scheint so, als ob in das Buch der Erinnerungen an ein Jahr nur die Geschehnisse kommen, die mit einer gewissen, großen Portion Emotion verbunden sind. Weil diese immer seltener werden bleiben viele Seiten leider leer und weiss. Was war 2008? Was war 2004? Wann erleben wir noch unglaubliche Höhen und Glücksmomente? Von der enormen Höhe, dass diese für immer im Buch unserer Erinnerungen einen Platz haben? Als Kind gab es reichlich davon. Im Laufe der Jahre, werden diese Erlebnisse immer weniger. Und weichen den Ängsten, Befürchtungen und dem Schicksal. Für die negativen müssen wir nicht groß sorgen, die kommen von allein und nehmen sich ihren Platz ohne zu fragen. Mit zunehmendem Alter scheinen es mehr und mehr zu werden. Und jedes Jahr beginnen wir mit der Hoffnung und Zuversicht - dieses wird ein überglückliches. Wie mit dem kommenden. 2012 hat mal wieder die Chance ein unglaublich schönes zu werden. Denn es beginnt bei eins, dem 1 Januar. 2012. Meine Vorfreude auf das neue Jahr war selten so gewaltig. Meine Wünsche, meine naive, ungetrübte Hoffnung ist nur eine, dass im Jahr 2012 die weissen Seiten der Erinnerung mit unglaublich positiven Erinnerungen bemalt werden. Das wäre wunderbar. Was sage ich, das wird wunderbar.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 17:47

Donnerstag, 22. Dezember 2011

6G - Gedankenprodukte aus der Zukunft

Zwei Jahres ist es nun schon wieder her, da habe ich an einem HINTZE und SIGL Abend dieses Produkt aus der Zukunft präsentiert. Ein Produkt das nicht produziert werden muss, nicht gross entwickelt, nicht stark vermarktet - Ein rein gedankliches Produkt. Das ohne große Kosten enorme Gewinne erzielen kann. Es gefällt mir immer noch, dass Produkt, die Idee und der strategische Hintergrund. Denn es passt in die Zukunft, in der Personalkosten, Produktionskosten, Betriebskosten, Vermarktungskosten und alle anderen Kosten so gering wie nur möglich gehalten werden sollen. Und die Gewinnchancen trotzdem groß sein sollen. Die Einkäufer werden vor Freude darüber verrückt danach sein. Denkt mal darüber nach.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 17:29

Freitag, 2. Dezember 2011

Was ist wenn?

Es gibt zwei grundlegende Theorien in meinem Kopf über das, was in der Welt vorgeht. Beide kann ich mir mit viel Phantasie, Argumenten und Tatsachen plausibel erklären und Daten, Fakten und Informationen so ein- und zuordnen, dass mir die plausibel erscheinen. Die eine Theorie basiert auf der Tatsache der «Dummheit der Menschen». Alles was passiert, passiert deshalb, weil die Menschen dumm, taub, gierig, egoistisch, naiv, blind, neidisch, ignorant und hinterlistig sind. Das heißt, wir können nur zusehen, was die Zeit so bringt und uns jeder für sich im Lauf der Dinge so verhalten, wie wir es für richtig halten.Die andere Theorie basiert auf der gegenteiligen Behauptung. Alles was passiert, soll den Anschein von Zufälligkeit, Überraschung, Unberechenbarkeit und Willkür vermitteln. In Wirklichkeit ist es aber das Ergebnis von Überlegungen, Nachdenken, Ausdenken, Überdenken, Weiterdenken. Der ersten Theorie kann man nichts entgegensetzen außer der persönlichen Fassungslosigkeit. Da kann man wie ein Stück Treibholz im Sog des Stromes der Dummheit nur hoffen, dass man nicht an das falsche Ufer gespült wird oder untergeht. Dass man es irgendwie schafft, doch oben zu bleiben. Gegen Dummheit ist kein Kraut gewachsen. Da hilft es nur wachsam zu bleiben, offen, flexibel und den Mut nicht zu verlieren.Ziehe ich aber die zweite Theorie heran, dann wird es komplexer. Bin ich davon überzeugt, dass die schlauesten Menschen zusammenkommen, diejenigen mit den stärksten Interessen, die größten Lobbyisten. Diejenigen, welche die größte Macht in sich vereinen. Wissenschaftler, Nobelpreisträger, Gelehrte und all diejenigen, welche die Geschicke von Gesellschaften und Volkswirtschaften bis hin zu Nationen lenken. Dann ist die Frage, mit welcher Zielsetzung werden hier die Entscheidungen getroffen. Entscheidungen, die dem normalen Menschen so vorkommen, wie das Denken und Handeln aus Theorie 1. Aber diese Anmutung ist Teil des Plans. Eine Überlegung in meinem Kopf ist sehr einfach, und die lautet: Das größte Problem auf dem Planeten für den Menschen, ist der Mensch selbst. Und die einfachste Lösung ist, dass es weniger Menschen gibt. Damit löst man alle Probleme auf einen Schlag. Es gibt zur Zeit 7.000.000.000 Menschen auf diesem Planeten. Mit den uns bekannten Problemen in Hinblick auf die Ernährung, Bildung, Sicherheit, Freiheit, Gesundheit, den Wohlstand, Kriege, die Versorgung, Umverteilung, Gerechtigkeit, fehlende Perspektiven, Chancen, Krankheiten ... Und diese Probleme wachsen exponentiell mit der Bevölkerungsentwicklung an. Die Energieversorgung stellt ein unlösbares Problem dar, wenn wir ständig mehr Energie benötigen und verbrauchen. Die Ernährung einer Weltbevölkerung, die immer weiter anwächst, ist ebenso unlösbar. Die medizinische Versorgung, der Zugang zur Bildung. Alles, was wir da erkennen, wächst mit dem weiteren Wachstum der Bevölkerung exponentiell an und nimmt immer hässlichere Ausformungen an. Das ist wie eine Grillparty, zu der man 50 Leute eingeladen hat, und schlussendlich kommen 500, die dann zu 5.000 werden, ohne dass der Strom neuer Gäste abreißt. Wie soll man da für die Parameter sorgen, die für eine Grillparty von 50 Leuten galt. Das Steak auf dem Grill geteilt durch 5.000, ein Bier für 5.000? Und so weiter. Getrieben vom Idealismus und vom sichtbaren Überfluss, in dem wir leben, könnte man jetzt meinen, die Probleme gehen ausschließlich auf die fehlerhafte Umverteilung zurück. Bis zur Zahl von 70 bis 100 Gästen war das eventuell auch so, aber bei 5.000 ? Was machen wohl die 50 geladenen Gäste? Wie verhalten sich die 4.550? Wer bekommt was ab? Und wie geht es weiter, denn es werden ja immer mehr - jetzt sind es schon 12.000 Menschen auf der Grillparty! Die Erde ist eine große Facebook-Party, auf die keiner vorbereitet war und ist und auch in Zukunft nicht sein wird. So kommt das Verhältnis von 1:99 zustande. 1% besitzen alles, 99% nichts. Und die 99% sind total abhängig von dem einen Prozent. Nur ist es eben so, dass das eine Prozent ganz andere Ziele verfolgt als zu teilen. Die wollen nämlich überleben. Deshalb scheint eine moralische Wende zur Umverteilung, zur Gleichheit, zur optimalen Versorgung eine Strategie hin zum Exodus der Menschheit zu sein. Denn wenn es immer mehr Menschen immer besser geht, bei immer besserer Versorgung und Gesundheit, dann vermehrt sich diese Gesellschaft noch schneller und immer weiter. Das eigentliche Problem wird weiter beschleunigt. Was meinem zentralen Bestreben nach Gerechtigkeit einen Riegel vorschiebt. Den berühmten Strich durch die Rechnung macht. Denn meine favorisierte Lebenstheorie nach Erhalt, Entwicklung, Verbreitung und Ausbau von Lebensqualität für alle und alles, ist eine Beschleunigungstheorie für den Exodus der Menschheit. Der Planet kann unmöglich auf einem lebenswerten Niveau 20 Mrd. Menschen beherbergen. Nicht einmal 15. Mrd. Und eventuell auch keine 10. Mrd. Aber diesen Zahlen nähern wir uns immer schneller, wenn die da oben nichts dagegen unternehmen. Deshalb könnte es doch sein, dass die da oben ein Ziel verfolgen, was so aussieht. Erstens: Das Weltbevölkerungswachstum stoppen. Wenn das erreicht ist, die Weltbevölkerungszahl schrumpfen lassen. Und das in der Reihenfolge 1. Welt, 2. Welt und dann die 3.Welt. Da man Menschen schlecht zur Erreichung dieser Ziele in Massen töten kann. Also nicht unter Einsatz von Mitteln, die wir aus der Geschichte kennen, sondern es müssen neue Wege gefunden werden, die dazu wirksam beitragen. In der westlichen Welt dürfte eine neuen Form von Selbsttötung am besten funktionieren.Denn man stelle sich mal eine Erde mit nur 1.5 Mrd. Menschen vor. Das sind 5.5 Mrd. Menschen weniger. Was das für die Lebensqualität, für den Fortbestand bedeuten würde. Und für alle anderen Aspekte wie Frieden, Ernährung, Energie, Bildung und Wohlstand. Es gibt kein Problem, das nicht gelöst wäre, wenn wir anstelle von

7 Mrd. Menschen nur noch 1.5 Mrd. Menschen wären. Jetzt müssen die da oben eine Selektion vornehmen. Welche Menschen sollen sterben? Welche Menschen dürfen sich nicht reproduzieren? Die Verantwortung dafür wird wohl niemand übernehmen wollen. Wenn das rauskäme, dass Menschen über Menschen entschieden hätten, würde es ganz übel rausgehen. Die Chinesen sind in diesen Dingen pragmatischer, weil diktatorisch organisiert. Die erlassen einfach mal eine Ein-Kind-Strategie. Und setzen diese mit ihrer konsequenten Haltung um. Im Rest der Welt undenkbar. Aber das funktioniert in China. In Afrika macht man es da schon anders, da kommt man einfach immer zu spät. Wenn man das zum Prinzip macht, dann kann man das moralisch noch vertreten. Wir wollten ja helfen, kamen aber zu spät. Sollte Hilfe mal rechtzeitig ankommen, greifen andere Mechanismen, um die Fortpflanzung zu stoppen und das Sterben nicht zu verhindern. Da kommt Darwin wieder ins Spiel. Der am besten Angepasste überlebt. Also muss man nur die Anpassung erschweren bis unmöglich machen. Oder nur wenigen Menschen überhaupt ermöglichen, sich anpassen zu können. Den Anpassungsvorgang unverständlich gestalten. Dann greift die Theorie von Darwin. Und diejenigen, die sich nicht an die veränderten Umstände anpassen können, werden nicht überleben. Niemand hat Schuld. Jeder ist seines Glückes Schmied. Jeder trägt die Verantwortung für sein Denken und Handeln selbst. An welchen Orten, zu welchen Zeiten und in welcher Form sollen Menschen nun nicht mehr überleben können? Jetzt wird es gruselig aber eventuell klarer. Forciert man in der ersten Welt die Ängste der Menschen, dann wirken sich diese Ängste auf die Geburtenrate aus. Menschen mit existenziellen Ängsten haben Angst vor der Fortpflanzung. Also muss Angst verbreitet werden. Viel Angst, ständige und starke Angst. Angst aus allen Richtungen. Zu allen Zeiten, an allen Orten. Das geschieht schon in sehr weitreichender Form. Außer bei den Amerikanern, die sich ungebremst immer weiter reproduzieren. Verringern sich die Geburtenraten in der 1. Welt zum Teil deutlich, machen dabei wieder einmal die Amerikaner nicht mit. Was die harten Krisen der amerikanischen Vergangenheit erklären würde. Was bei uns längst funktioniert, hat da nicht ausgereicht, deshalb müssen ein paar größere Katastrophen her, welche die Existenz stärker bedrohen.Aber all das reicht natürlich nicht aus, um vom hohen Tempo des heutigen Bevölkerungswachstums runter zu kommen. Deshalb kommen bestimmte Lebensumstände und die Veränderung dieser, dieser Theorie entgegen. Die Krankheitsmuster, an denen Menschen sterben zum Beispiel. Die meisten Menschen auf der Welt sterben an Herzversagen. Herzversagen wird vor allem durch bestimmte Lebensumstände begünstigt und beschleunigt. Wie überhaupt die ersten 6 bis 8 Todesursachen für Menschen offensichtlich immer stärker begünstigt werden um diese zu beschleunigen. Aber Schuld an einem Herzinfarkt zu sterben, ist der Mensch letztendlich selbst. Denn er entscheidet über seinen Lebenswandel. Fehlt ihm aber die Bildung, fehlen ihm die Informationen. Fehlen ihm die Mittel, fehlt ihm der Anreiz. Dann stirbt er aus eigenen Stücken. Das bedeutet die Politik erreicht die Ziele und keiner ist Schuld daran. Perfekt. Es werden weniger und weniger Menschen. Und es sterben diejenigen die sich nicht anpassen konnten, wollten sollten und dürfen. Aber keiner merkt, dass es die fehlende Bildung ist. Die schlechte Ernährung. Keine Bewegung. Der Stress. Und die vielen anderen Fallen, in die man tappen kann und somit selbst verschuldet sein Leben verkürzt, eine Beziehung unmöglich macht und Kinder erst recht. Das ist kollektiver selbst verschuldeter Suizid. Und der klassische Suizid ist auch unter den Top 10 in der ersten Welt. Das heißt, wenn man das Problem in den Griff bekommen will, dann muss man Bildung so wenig Menschen wie möglich zukommen lassen. Damit die nicht dahinter kommen, was das Leben verkürzt und was die Ängste schürt, sich besser nicht fortzupflanzen. Und man muss die Mittel, die das Leben verlängern, verkürzen und begrenzen. Und alles, was das Leben verkürzt, fördern. Den Stress erhöhen. Vor allem den negativen. Das Tempo dramatisch erhöhen. Die Existenzängste erhöhen. Die Befürchtungen schüren. Neue Ängste schaffen. Die Nahrungsmittelkette der Verkürzung von Lebensdauer zuträglich machen. Auch die mögliche Fortpflanzung durch Nahrung behindern und verhindern. Man muss schon alle Tasten dieses Klaviers spielen, um ans Ziel zu kommen. Die Lösung aller irdischen Probleme, durch das Reduzieren des Problems Nummer 1 - den Menschen. Wahnsinn. Aber was ist die Alternative? Gibt es Konzepte für diesen Planeten dafür, wenn 1 Million zum Grillfest kommen? Das Zynische an dieser These ist die Selektion. Wer soll und wird überleben und hat das Privileg erhalten sich fortzupflanzen? Hier kann ich mich einer faschistoiden Färbung der Situation nicht ganz erwehren. Aber vielleicht bin ich da nur vorbelastet. Und sehe Kreuze an Stellen wo keine sind. Aber wer weiß? Eventuell ist da doch hier und da ein kleiner Haken? Die Suchtpotentiale der Menschen erhöhen und diese auch bedienen und versorgen. Man muss alles tun, auf allen Ebenen an allen Orten damit Menschen schneller und früher sterben und sich weniger fortpflanzen. Denn damit löst man alle Probleme nicht nur der Menschheit, sondern auch die Probleme, die der Planet mit der Menschheit hat. Ob die Abholzung, das Leerfischen der Meere, das Vernichten von Lebensraum für Tiere und Pflanzen, dass Vergiften der Luft, das Ozonloch. Es gibt nichts, was nicht verschwindet, bis hin zur Eurokrise, wenn wir weniger Menschen werden auf dem Planten Erde. Und wenn das theoretisch das zentrale Ziel derer ist, welche die Geschicke lenken, dann stellt sich eigentlich nur noch die Frage nach der Selektion. Wer soll, will und darf überleben? Und wer soll, will und darf sich fortpflanzen, um den Bestand zu schützen? Ich denke hier geht es um eine Gleichverteilung. Vor dem Hintergrund einer beabsichtigten Willkür. Niemand beabsichtigt ohne Not Menschen in Not wirklich zu helfen. Sondern man nutzt diese Entwicklungen, um dem eigentlichen Ziel in großen Schritten näher und näher zu kommen. Siehe AIDS in Afrika. Tuberkulose, Malaria und andere Infektionskrankheiten. Niemand beabsichtigt ernsthaft diese Krankheiten zu bekämpfen. Das wäre aus Sicht der Zielvorgabe auch dumm. Man macht zu allen diesen Themen nie mehr als unbedingt nötig. Damit regeln sich die Dinge sozusagen von selbst. Mittel gegen Infektionskrankheiten wären so dumm, wie Mittel gegen Herzinfarkt, Krebs, Leberzirrhose, Lungenentzündungen und so weiter. Was in der Dritten Welt die Zielvorgabe auf Kurs hält sind diese Krankheiten, wie in der ersten Welt die Herz- Kreislauf Krankheiten. In der ersten Welt muss deshalb nur kontinuierlich der Druck, das Tempo und die Angst erhöht werden. Und in der Dritten Welt muss

man nur die Behandlung vorenthalten. Wenn man meine Theorie aus der Metaebene eines Planten Erde betrachtet, kann diese genauso falsch wie richtig sein. Aber die Frage, die sich stellt, lautet trotzdem: Sind die so dumm das alles nicht zu sehen? Oder sind die so schlau, dass nichts zufällig ist, was passiert? Wer sich diese Frage beantwortet, muss genau am Punkt der Antwort weiter denken. Dann kommt man auf solche Gedanken, wie sie mir durch den Kopf gehen. Aber ich kann mich auch irren. Hoffentlich irre ich. Aber wenn nicht, dann tauchen tausende Fragen in meinen Gedanken auf. Wenn es um das Wohlbefinden geht, wenn es um die Lebensqualität geht, wenn es um den Fortbestand geht. Warum wird alles gefördert, unternommen und unterlassen, um genau das Gegenteil zu erzielen, von dem, was man eigentlich wirklich will? Dumm oder schlau - das ist die Frage.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:17

Montag, 21. November 2011

Ein Erklärungsversuch in Sachen . Wie könnte man erfolgreich als Unternehmen im Internet sein

Dieses Video soll in knapp 10 Minuten Unternehmen und allen anderen Menschen, die gerne erfolgreich im Internet agieren wollen, wichtige Hinweise darauf geben, worauf es wirklich ankommen könnte. Natürlich ist es eine verkürzte und nicht sehr detaillierte Darstellung der Gesamtsituation. Aber es ging uns auch mehr darum, Menschen etwas verständlich zu machen, was für Viele sehr unverständlich ist und bleibt. Da reichen die wesentlichen Eckpunkte völlig aus. Denken wir. Darum ist es ein erster Erklärungsversuch. Über das Internet, wie es arbeitet und funktioniert. Das aus dem Blickwinkel eines Unternehmens und/oder Unternehmers. Denn wenn man es richtig anpackt, gibt es keine Geheimnisse und Tricks, keine Abkürzungen und keine genialen Tools. Im Internet ist es leider dann doch wie im wirklichen Leben, wer richtig, gemeinsam, regelmäßig, kreativ, präzise und viel arbeitet, hat wesentlich größere Chancen, erfolgreich zu sein. Und das mit Recht.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 15:38

Donnerstag, 10. November 2011

Hintze rettet die Welt. Episode 5.

Geschrieben von Christof Hintze in 01 . Hintze rettet die Welt. um 15:04

Mittwoch, 9. November 2011

Womit beschäftigen wir uns eigentlich? In Gedanken, tagaus, tagein.

Wenn Sie sich mal die tagesaktuellen Meldungen anschauen, die aus Twitter oder den Nachrichtenportalen, dann tun Sie das bitte mit halb geöffneten Augen und einer unverstellten Grundhaltung. Sie fliegen also nur mal so drüber über die Texte und all das andere, das es bis in ihr Bewusstsein vordringt. Und dann nehmen Sie bitte auch noch all das Grelle und Lärmende der Neuigkeiten wahr. Nun sollte sich ein Erstaunen darüber breitmachen, mit was man sich in diesem Land tagaus, tagein so beschäftigt. Oder eben nicht beschäftigt.Wenn ich diese Themen mal vor mir ausbreite, dann fällt mir auf, dass kaum eines darunter ist, das sich mit den Primärbedürfnissen der Menschen befasst. Stattdessen drehen sich die Themen ausnahmslos um solche Ereignisse, Nebenwirkungen und Auswüchse die sich im Kontext der Befriedigung von Sekundärbedürfnissen ereignen. Performance ist so ein Begriff. Vieles dreht sich um die Performance. Also um das, wie es zu sein scheint, und nicht darum, wie es wahrhaftig ist. Das alles gaukelt uns vor, es ginge uns mindestens gut, wahrscheinlich sogar sehr gut. Denn wir müssen uns nicht mit der Befriedigung von Primärbedürfnissen befassen. Es gibt keinen Hunger. Keine Krankheit. Keine Probleme mit der persönlichen Freiheit, der Unabhängigkeit, dem Wohlstand, mit Sicherheit, Gesundheit, Bildung, Liebe, Glück, Zufriedenheit und all dem anderen. Wir sind in der priviligierten Lage, uns nur mit solchen Dingen beschäftigen zu müssen, die mehr oder minder hausgemachte Probleme abbilden. Wenn Menschen aus anderen Ländern zu uns rüberschauen, könnten unsere Wehwechen und das damit einhergehende Leiden bei ihnen Fassungslosigkeit auslösen. Und wenn man selbst einen Moment darüber nachdenkt, was einen gerade beschäftigt, dann muss man gut aufpassen, diesen Banalitäten nicht zu viel Raum in seinem Kopf zu überlassen. Um sich selber noch ernst nehmen zu können. Mein Mitleid, Beileid, mein Verständnis, aber auch meine Freude, meine Zustimmung und meine positive Anteilnahme dessen, was die Öffentlichkeit so beschäftig, ist äußerst begrenzt. Sehr begrenzt. Und oftmals auch kaum vorhanden. So beschäftige ich mich doch lieber mit ganz anderen Dingen. Damit, Glühbirnen auszuwechseln. Die Küche aufzuräumen. Mit Schreiben, Grübeln, Reflektieren, Sinnieren, Überdenken. Zwischendrin mit dem Ausräumen der Spülmaschine. Es gibt so viel Sinnvolleres zu tun und zu denken, als das, was einem auf allen Kanälen so dargeboten wird. Zum Glück, denn das ist unglaublich und wunderbar erfüllend.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 23:09

Dienstag, 8. November 2011

Bedienungsanleitung für einen Kreativen.

Vorwort:
Kreative sind die zentrale schöpferische Kraft unserer Gesellschaft. Jeder Wertschöpfung geht ein kreativer Prozess voraus. Darum sollte Kreativen eigentlich gesteigerte Wertschätzung entgegengebracht werden. Dem ist aber bei weitem nicht so. Der Kreativität entspringt die Idee, die wie ein Stein, den man ins Wasser wirft, Wellen schlägt. Diese Wellen pflanzen sich dann zu neuen Ufern fort. Zu Ufern der Wirtschaft, der Politik, der Gesellschaft, der Kunst, der Kultur ... und noch zu vielem anderen. In den Köpfen von Kreativen entsteht all das, was war, was ist und was sein wird. Kreativität ist die Fähigkeit, Intuition mit Logik und Intelligenz so zu verbinden, dass daraus etwas Sinnvolles und Konstruktives entsteht, das ein Problem löst, die Anforderungen erfüllt, ein Ziel erreicht, eine Aufgabe stellt, eine Vision formuliert. Am Anfang von allem menschlichen Denken und Bestreben steht ein kleiner, unbedeutender, kreativer Funke. So winzig, dass wir ihn fatalerweise unterschätzen. Denn niemand außer den Kreativen selbst und einigen Wenigen mehr erkennen unmittelbar die eigentliche Großartigkeit, dass Potential des kleinen Funken. Der kann gewaltig sein, wenn man ihn miterlebt. Ein Gedankenblitz. Eine Offenbarung. Es ist neben der Geburt eines Kindes, wohl der schöpferischste Akt, den ein Mensch vollbringen kann. Es ist der Moment, in dem sich ein heller, schmaler Spalt in der unglaublich großen und verwirrenden Gedanken- und Gefühlswelt auftut. Und plötzlich steht sie vor einem - klar und ganz deutlich - die Lösung, die Idee, der Weg, die Antwort.
Bedienungsanleitung:
Ein Kreativer hat produktive Schübe. Das erfolgt am Anfang nur zufällig und willkürlich. Im Laufe der Zeit versucht der Kreative diese zu beherrschen. Was nur Wenigen gelingt. Die meisten Kreativen waren mal kreativ. Denn ihnen widerfuhren vereinzelt diese Schübe, von denen sie, wenn es gut läuft, ein Leben lang zehren können. Die meisten kommen aber nicht in den Genuss, davon zu profitieren. Oder das gelingt nur für kurze Zeit. Denn der Kreative profitiert persönlich sehr stark von diesen Schüben, er ist beseelt und euphorisch, wenn er sie erlebt. Man kann regelrecht süchtig werden danach. Nein, man wird definitiv süchtig danach! In diesen Momenten leistet er das Vielfache von dem, was allgemein vorstellbar ist. Er dringt in Ebenen vor, die vielen für immer verschlossen bleiben. Er erkennt Zusammenhänge, die sich viele nie erschließen werden. Er entdeckt Wege, welche die meisten Menschen unmöglich entdecken können. Die Fragestellung kann nicht so komplex sein, dass ein Kreativer nicht den einen richtigen Weg zu finden vermag. Und das alles in höchster Qualität und beeindruckender Menge. Die übrige Zeit sollte der Kreative zur Regeneration nutzen, und um den alltäglichen Krempel zu erledigen.
Kreativität ist nichts Kontinuierliches, sondern etwas Wellenartiges. Die Höhe der Welle ist ausschlaggebend für den Output. Und das Wellental folgt unweigerlich. Um einen solchen kreativen, produktiven, schöpferisch optimalen Schub zu erleben, in dem man in Minuten das leisten kann, wofür man sonst mehrere Wochen bräuchte - und das Ergebnis ohne einen kreativen Schub wäre qualitativ auch noch auf einem wesentlich niedrigerem Niveau -, muss sich der Kreative in einem geeigneten Space befinden. In seiner Welt. Diese wird dem Kreativen in der Regel aber nicht zugestanden, geschaffen oder zur Verfügung gestellt. Das ist so, weil es für kaum jemanden nachvollziehbar ist, dass Menschen so ticken. Dennoch benötigt der Kreative etwas, was in der normalen Welt nicht vorkommt. Das bringt Neid, Missgunst und Ablehnung mit sich. Er ist anders. Anders ist fremd. Fremd ist unheimlich. Unheimlich macht Angst. Darum räumt man ihm diesen Space auch nicht nur nicht ein, sondern behindert den Kreativen auch noch zusätzlich, ständig und unwissentlich. Der Grund dafür ist die erwähnte Unwissenheit und dass man anderen keine Freiheiten einräumen will, die man für sich selbst nicht beansprucht. Wer will anderen schon Privilegien einräumen, die man nicht einmal für sich selbst einfordern könnte? Warum soll der Kreative etwas dürfen, haben oder können, das ich selber nicht darf oder haben kann?
Und das, obwohl dieser kreative Output die Grundlage für jegliche Wertschöpfung darstellt. Der größte Multiplikator, weiter verstärkt durch seine potenzierende Kraft, das ist die Kreativität. Die allergrößten Ideen, entsprangen alle diesem winzig-kleinen Funken. Der Kreative darf jedoch nicht auf Verständnis und Respekt hoffen. Sondern muss immer mit genau dem Gegenteil davon rechnen. Die Beschaffenheit der Kreativen-Welt ist von der jeweiligen Person abhängig Grundsätzlich benötigt der Kreative 3 Werkzeuge: Inspiration, Motivation und Intuition. Ohne die geht nichts, nicht viel, oder es erwächst nur Mittelmäßiges. Und drei Parameter: Raum, Zeit und Werkzeug.
Da der kreative Schub in der Regel nicht von Dauer ist, sondern nur maximal 3 bis 4 Stunden anhält, muss genau in diesem Zeitfenster alles passen. Das ist wie beim Surfen, die Welle auf die man gewartet hat: man muss sie erkennen, bekommen, mitnehmen, aufsteigen und absurfen. Nichts sollte einen kreativen Schub zum Erliegen bringen. Ein kreativer Schub ist wie Hochleistungssport. Deshalb ähnelt die zeitliche Ausdehnung auch ziemlich genau der Länge eines extremem Ausdauerlaufes. Die geistige Erschöpfung danach ist ebenfalls ähnlich, wie auch das unglaubliche

Glücksgefühl, etwas Besonderes, Unglaubliches geleistet zu haben. So oder gar nicht, sonst geht nichts. Oder nicht viel

Der Kreative ist dafür verantwortlich, sich das ideale Umfeld zu schaffen. Auch wenn ihm dies niemand gönnt, zugesteht oder einräumt. Das ist der tägliche Krieg des Kreativen mit dem Unverständnis, der Ignoranz bis hin zur Intoleranz, der übrigen Menschen umgehen zu lernen. Denn das Ergebnis wird ihm Recht geben. Auch wenn der Weg dorthin mühsam ist und mit Unverständnis gepflastert. Leider gibt es ein weit verbreitetes Unverständnis für die Arbeitsweise der Kreativen. Die meisten Menschen denken, dass ist doch nicht so schwer. Die schreiben dass ja einfach nur auf.
Die Einfachheit einer genialen Idee, ist das Allerschwerste überhaupt. Und sie ist das, was leider am wenigsten respektiert wird. Am wenigsten erkannt wird. Diesem schlichten Niederschreiben gehen viele Dinge voran und dazu gehören noch weit aus mehr Aspekte als diejenigen, die von außen zu erkennen sind. So kann das Telefon störend wirken. Die bloße Gegenwart von anderen Menschen. Eine Mail. Der falsche Kaffee. Atmosphäre. Geräusche. Gerüche. Gedanken. Das Türklingeln ... und 1000 Dinge mehr. Um dieses große Orchester der Einflussfaktoren zu beherrschen, muss der Kreative sich in seinen Space zurückziehen. Dafür muss er alles auf sich nehmen und alles ablehnen, was ihm das ermöglicht. Auch bei maximalem Unverständnis der Umwelt. Am Ende wird diese es ihm danken. Das klingt verrückt, ist aber so. Nichts ist schwerer zu erlangen als ein ideales Umfeld für Kreativität. Aber nichts benötigt die Weltgemeinschaft mehr, als geniale Ideen und Lösungen. Paradox. Spiegelt aber unsere Gegenwart wider. Respekt genießt nur die Logik. Ihr wird jeder rote Teppich ausgerollt. Diesem dilettantischsten aller Denkprozesse haben wir doch alles zu verdanken. All die perfekt durchdachten Dinge, die schlussendlich doch nicht funktionieren.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03

Sonntag, 30. Oktober 2011

Hier gibt es nichts zu sehen, gehen Sie bitte weiter!

Nervt sie das Gaffen auch so? Wenn Autofahrer im Schneckentempo an Unfallstellen vorbeikriechen. Oder überall, wo irgendetwas los ist, stehenbleiben um zu gaffen. Und dabei Arbeitende und Helfer nur behindern. Was ist das nur für ein Wesenszug, dieses Gaffen!Anstatt Hilfe zu leisten oder sich aus dem Staub zu machen, nicht im Weg zu stehen; sie stehen da und gaffen. Und dann reden Sie noch mit ihrem Halbwissen herum. Mutmaßen, ahnen, deuten, behaupten und glauben. Gab es das früher auch schon?Ist das eine schlechte Angewohnheit des Menschen, oder ist das eine Entwicklung der Neuzeit? Wenn man mal die negativen Aspekte außen vor lässt, dann sieht es so aus: Passiert etwas Neues und Anderes oder jedenfalls etwas Ungewöhnliches, dann kann man sich der uneingeschränkten Aufmerksamkeit der Zuschauer sicher sein.Und das ist tatsächlich angeboren. Menschen können einfach nicht anders. Stellen Sie sich einen Hund vor, der auf der Straße sitzt. Kein Mensch wird ihn beachten. Setzen Sie dem Hund aber eine Brille auf, werden sich Menschmassen um diesen Hund scharen. Jeder wird ihn anglotzen. Alle werden tuscheln. Was passiert da in unserem Gehirn? Warum diese ausgeprägte Aufmerksamkeit, die sich auf alles richtet, was neu, unbekannt und anders ist? Das nennt man Involvement-Prinzip. Kommt aus der Wissenschaft und kann man in der Werbung gut gebrauchen. Nur mit dem Unterschied, dass es unbedingt positiv sein sollte. Denn das Negative überlagert die eigentliche Botschaft voll und ganz. Deshalb funktionieren allein die positiven Involvements. Okay, der Bogen vom Unfall-Gaffen zum werblichen Involvement ist sicherlich weit gespannt. Aber um das Geschehen zu verdeutlichen, demzufolge bestimmte Dinge sich unbedingt bis ins Zentrum unserer Aufmerksamkeit vordrängeln, greife ich einfach mal auf diese Analogie zurück. Es gäbe auch das eine oder andere Beispiele mit sexuellem Bezug. Aber der süße Hund mit der Brille rundet das Bild sicher ebenso gut ab. Und er ist unverfänglicher.So kann man aus dem nutzlos erscheinenden Glotzen der Menschen dann zum Glück doch noch eine hilfreiche Erkenntnis ziehen. Und diese noch konstruktiv verwerten. Wobei das nicht oft geschieht. Warum, das weiß ich auch nicht. Das scheint noch nicht als Erkenntnis bis in die Werbeagenturen und Marketingabteilungen durchgedrungen zu sein. Lauten die größten Fehler der Werbung doch immer noch so:1. Kein passendes positive Involvement.2. Kein relevanter rationaler und/oder emotionaler Kundennutzen.3. Kein Absender erkennbar.4. Wahl des falschen Mediums.5. An den falschen Adressaten gerichtet. Wer diese fünf Fehler unterlässt, der kann es gar nicht verhindern, gute Werbung zu produzieren. Eine, die sinnvoll ist und ihren Zweck erfüllt. Sollte die aber dennoch nicht gelingen, dann könnte das vielleicht an den vier größten Marketing-Fehlern liegen:1. Das Produkt und/oder die Dienstleistung werden von niemandem benötigt.2. Der Vertriebskanal ist der falsche.3. Das Produkt und/oder die Dienstleistung hat einen völlig falschen Preis.4. Das Produkt und/oder die Dienstleistung wird von niemandem verstanden.Sollte das undenkbare eintreten, dass auch diese Bedingungen erfüllt wurden und und das Business-Modell trotzdem nicht funktionieren, dann liegt wohl in Ihrem Fall eines der fünf großen Marken-Probleme vor:1. Kein Schwein kennt Sie.2. Keiner mag Sie.3. Keiner hat Kontakt mit Ihnen.4. Keiner will mit Ihnen in Kontakt treten.5. Keiner Interessiert sich für Sie.Wenn diese fünf Punkte rein gar nicht auf Sie zutreffen und ihr Businessmodell dennoch nicht ins Rollen kommt, dann können sogar wir Schlauköpfe Ihnen nicht mehr weiter helfen. Vergessen Sie's dann einfach. Aber, so weit wird und muss wirklich nicht kommen! Auch hier gilt, Glotzen allein bringt nichts. Gaffen auch nicht. Man muss schon was machen. Am Besten das Richtige.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 17:38

Donnerstag, 27. Oktober 2011

Die Eskalationswelle, die alles mit sich reißt.

Manchmal geraten die Dinge außer Kontrolle. Sie eskalieren. Und zwar so sehr, dass die Belastung und der Kontollverlust kaum auszuhalten ist. Plötzlich stellt sich alles anders da, macht sich Verwirrung breit. Die Dinge entgleitem einen. Alles erscheint verdreht. Egal was man macht oder sagt, es wird alles nur noch schlimmer. Die Eskalation verselbstständigt sich. Man scheint keinen Einfluss mehr auf den Lauf der Dinge ausüben zu können.Es ist wie bei einer Massenpanik, einer, die in Kleinstform in uns selber abläuft. Im Falle einer Massenpanik ist es wenig zielführend, die Situation ausdiskutieren zu wollen. An die Vernunft zu applieren. Einhalt gebieten zu wollen. Sich um die Objektivierung der Lage zu bemühen. Wo Panik herrscht, da ist alles zu spät.Niemanden zieht es freiwillig in die Eskalation – die aber auch niemand zu verhindern weiß. Ein Wort ergibt das andere. Und jeder vermag die Dinge nur noch aus seiner, im Eifer des Gefechtes: verengten Perspektive betrachten. Diese wird mit zunehmender Eskalation immer kleiner und kleiner. Und dann wirkt jedes weitere Wort so, als würde Öl ins Feuer der Eskalation gegossen.Warum gibt es da keinen Notstop? Keine Fluchttüre? Warum sind solche Ketten-Überreaktionen nicht aufzuhalten? Warum führen sie oft bis zum Äußersten? Jedwede Sachlichkeit, das schwächste Glimmen eines Bemühen um Objektivität und Verständigung bis hin zum Denken in vernünftigen Mustern, all das ist gänzlich erloschen. Obwohl jeder von seiner eigenen Position felsenfest überzeugt ist, dass er völlig im Recht sei und (als einziger!) bei klarem Verstand. Es sind ja doch die Anderen, denen Ungerechtigkeit und mangelnde Fairness zueigen sind. Die Sicht auf den eigenen Beitrag zum Ganzen, die bleibt in der Regel versperrt. Dem Gegenüber leider auch.Da der Respekt im Umgang miteinander innerhalb einer Partnerschaft sehr wertvoll ist, wird an dieser Stelle viel davon wie kostbares Porzellan zerschlagen. Warum das? Das mag daran liegen, dass Abhängigkeiten bestehen, Befürchtungen Ängste stimulieren, die eine so lückenhafte Interpretation überhaupt zulassen.Das ist wie mit der Eifersucht, die meist grundlos das Vertrauen erst erschüttert und später zerstört. Obwohl eigentlich gar nichts passiert ist. Und wenn die Eifersucht eskaliert, dann zerstört sie auch den gegenseitigen Respekt. Was eine Partnerschaft schwer zu belasten vermag. Und für was das alles? Für nichts. Eskalation zerstört sinnlos. Stiftet Ausweglosigkeit.Und das nur, weil an einem Punkt die Kommunikation Fehler aufwies und die Verständigung behinderte. Das Vorliegen kommunikativer Mängel wird von den Betroffenen nicht bemerkt, so dass auf Grundlagen der emotionalen Dynamik der Konflikt an Fahrt aufnimmt, brutal beschleunigt, und dann schnell ins schleudern gerät. Und schon ist sie da, die Eskalation.Wie hilfreich wäre es, gäbe es Warnhinweise! Ein Messgerät, dass die Überhitzung der Situation bemerkt und eine Lampe blinken, ein Horn unüberhörbar tönen lässt. Am besten beides zugleich.Aber dem ist nicht so. Wir können zwar erkennen, dass die Öl-Temperatur im Auto bedrohlich steigt. Und wir erkennen ebenso, dass wir einer technischem Eskalation Einhalt gewähren können. Aber in uns selber? Da ist es eine Frage des Alters, der Erfahrungen, des Temperaments und sicher auch der sozialen Intelligenz, ob Warnsignale die mentale Schaltzentrale erreichen. Mein Hochachtung vor den Besonnenen unter uns.Eskalation hat nichts mit der Sache an sich, sondern immer nur mit den Menschen zu tun. Die Sachebene gerät in den Hintergrund, die Kontroverse wird plötzlich persönlich. Eben noch ging es um ein Thema, plötzlich um mich. Und das eine vom anderen zu trennen, das fällt manchen Menschen überaus schwer. Die nehmen mehr Dinge persönlich als es nachweislich gesund ist. Bedeutet Empathie also Gefahr? Wenn sie derart falsch verstanden wird, dann mit Sicherheit.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 10:21

Dienstag, 25. Oktober 2011

Sensibles Thema

Wie sensibel bin ich eigentlich? Wie misst man Sensibilität überhaupt? Wann ist man genügend sensibel für die eigenen Ansprüche und die seiner Umwelt? Wann ist man womöglich zu sensibel? Sensibilisiert zu sein, was bedeutet eigentlich das? Oder unsensibel, meint das: keine Sensibilität zu besitzen? Dir fehlt es an Sensibilität! Mein Gott, bist du aber sensibel!Sensibelchen, wo fangen die an und wo hören sie wieder auf? Mit dem Begriff und dem zugehörigen Gefühl verbinde ich eine ausgeprägte Verunsicherung. Hat es davon doch immer entweder zu viel oder zu wenig. So wie es einem unter diesen alten Schwimmbadduschen geht, unter denen man sich entweder verbrüht oder verkühlt. Man schafft es einfach nicht, die richtige Mischung einzustellen. Millimeter liegen zwischen heiss und kalt, und der Punkt wandert hin und her. Was die jeweils gebotene Sensibilität ist, das lässt sich schlimmstenfalls nicht einmal erlernen. Erklären kann das soundso niemand. Geschweige denn, dass es irgendwo geschrieben steht. Wann nimmt man sein Gegenüber in den Arm, und wann lässt man das besser bleiben? Wann gilt es zu schweigen? Wann ist es zuviel davon? Und wann bleibt es zu wenig? Vorwürfe. Wenn ich an Sensibilität denke, spüre ich Vorwürfe und Blicke. Bohrende Blicke in meinem Rücken. Blicke, die sich abwenden.Lässt sich Sensibilität gedanklich ergründen? Es lässt. Mit der Kraft der Gedanken alleine? Oder sollten wir besser nachempfinden, hineinspüren, fühlend ertasten? Nur, warum eigentlich. Ist das Gefühlte denn weniger wert als das Gedachte? Glaub' ich nicht, ganz im Gegenteil. Aber man spürt das so und man sagt es so. Obwohl einem klar ist, dass es wohl nicht stimmt. Die Grenzen verschwimmen. Es gibt keine Übergänge. Sensibilität ist so flach und tief wie die stille Wasseroberfläche eines ruhenden Sees.Wie gerne würde ich von mir behaupten, sensibel genug zu sein. Sensibel genug um zu spüren, wann es soweit ist. Und wann noch nicht. Aber beim Thema der Sensibilität fühle ich wachsweiche Unsicherheit in mir. Ich bin durchweg unschlüssig. Es melden sich andauernd Zweifel über die richtige Einordnung der Gefühlslage. Ist das, was gerade ist, der Sensibilität, der Empathie, dem Mitleid, Mitgefühl, der Furcht oder der Lust zuzuordnen? Es gibt doch so viele Gefühle, die einem den lieben langen Tag begegnen. Die kommen und gehen, überlagern sich, bekämpfen sich. Man kann deren Herkunft und Bestimmung nicht eindeutig festlegen. Jedenfalls kann ich das nicht. Manchmal geraten meine Gefühl sogar ziemlich durcheinander: Ich sollte leiden, empfinde aber Lust. Ich sollte trauern, empfinde aber Lebendigkeit. Oder anders herum. Ist das noch normal? Ist das sensibel? Oder ist das krank zu nennen?Gefühle sind nicht wie Worte, die sich auseinanderdividieren lassen. Wie Blumen, die man identifizieren kann. Das Gefühle verschwimmt in einem ganzen Gefühls-Ozean. Sind sensible Menschen sich klarer über ihre Gefühle als unsensible? Oder unklarer? Jedenfalls sind Fingerkuppen sensibel. Und die Haut ist es auch.Vielleicht ist Sensibilität der Blick durch den Frühnebel, der nur erahnen lässt, was da ist, auf uns zu kommt oder hinter den Schwaden verborgen sein mag. Eventuell können sensible Menschen mehr sehen, besser hören, feiner fühlen. Weil sie die Fähigkeit besitzen, den Nebel unserer Wahrnehmung geschickter zu durchdringen. Sensible Menschen ahnen vorher, was nachher sein wird. Ich glaube, ich wäre gerne sensibel. Für jetzt kann ich das nicht von mir behaupten. Allein deshalb, weil ich nicht weiß, woran das zu erkennen oder wie es zu messen ist. Schade eigentlich.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 22:30

Das ist nicht witzig.

Wir leben wie im Film. Für die Öffentlichkeit. Etwa am Arbeitsplatz oder wo auch immer, wir bewegen und verhalten uns nur noch wie vor laufender Kamera. Wir posieren, gestikulieren, wir verbalisieren, wir stellen uns dar wie auf der Bühne. Alles das, was das wirkliche Leben ausmacht, findet nicht mehr statt. Außer es fügt sich in den Dreh ein. Der Tod unserer Eltern passt da gar nicht gut ins Bild. Dabei hat doch jeder, der sich im Café in Szene setzt, einen Vater und eine Mutter. Aber die sind entweder da und bei Kräften, oder sie sind plötzlich weg. Aber das ist nur die graue Theorie.In der Realität gibt es morbide Pflegefälle, plötzliche Notfälle, die jahrelange Versorgung erforderlich machen, die manchmal eine schiere Ewigkeit dauert. Aber, erstaunlich genug, nichts davon findet seinen Weg in die Öffentlichkeit.Wenn Menschen leiden, krank sind oder sterben, dann passt dass nicht zur Inszenierung der schönen heilen Welt, in die wir Tag für Tag so viel Zeit investiert. Da muss alles passen, sitzen und klappen. Erfolg ist angesagt, den wollen wir vor Augen haben, den sollen wir darbieten. Wie passen zu dieser Rolle so unappetitliche, das schöne Bild schwächende Aspekte? Sie werfen störende Schatten. Das ist so, als ob der Hauptdarsteller im Film kacken würden. Mit sound surround. Oder onanieren. Oder andere Dinge des daily life absolvieren würden, über die wir den gnädigen Mantel des Schweigens breiten. Popeln während der Autofahrt. Furzen im Flur. All das findet nicht statt. Wir sind doch eigentlich Menschen ohne all diese Hässlichkeit. Wir sind straight, cool, sexy, entspannt, allwissend, sportlich und brutal erfolgreich. Tolle Ehe. Tolle Kinder. Tolle Hobbys. Alles toll. Wenn da nur nicht diese Wirklichkeit wäre. Die

einen Zeit, Geld und reichlich Nerven kostet. Und ganz neben auch noch die Gesundheit annagt. Ich habe einen Fall miterlebt von einem Menschen, dem ist innerhalb von sage und schreibe drei Wochen die Mutter gestorben, er hat den Job verloren, die Freundin ist ihm gestorben. Und dann ist er selber auch noch mit einer schweren Erkrankung, die ihn nun zeitlebens verfolgen wird, ins Krankenhaus eingeliefert worden. Nun ist er Single. Ohne Job. Krank und ohne Eltern. Und ich weiss jetzt schon, wenn ich ihm in der Stadt begegne, wird er rüberkommen wie alle anderen. Als wäre nichts gewesen. Lässig Antworten wird er geben: Gut, passt schon!Da stimmt doch was nicht im System - oder?Wir können nur existieren und überleben im System, wenn wir durchweg erfolgreich sind. Und wenn alles das, was wir ausstrahlen, diesen Erfolg sichtbar macht. Wer will schon mit Loosern zusammenarbeiten. Oder mit Menschen, die Probleme erleiden. Oder die Zeit, Geld und Nerven in etwas anderes investieren müssen, als in ihre Erfolgsstory. Menschen, die ihre Kinder erleben wollen, die ihre sterbenden Eltern begleiten wollen, die mit sich mal alleine seinen müssen, die nicht nur in Status und Ansehen investieren wollen, haben es auf Dauer nicht nur schwer. Sie haben schlichtweg keine Chance.Die andern sind gesund und top fit. Sie verursachen weniger Kosten, weil sie ja keine Familie ernähren müssen. Sind total flexibel, weil sie ja keine Partnerschaft pflegen müssen. Deshalb ist es für die Karriere am Besten, wenn die Grosseltern entweder früh ableben oder einfach umfallen sind. Von Vorteil ist ebenso: keine Kinder und keine Beziehung. Nicht mal ein Hund. Am besten an nichts binden, von dem Du dich nicht innerhalb von 30 Sekunden trennen kannst.Nicht rauchen. Nicht trinken. 5 x Sport die Woche. Keine Kosten verursachen. Und immer schön unter 40 bleiben. Und nur für den Erfolg leben. Dann könnte es klappen mit dem dauerhaften Erfolg. Wer die Regeln einhält, bekommt sogar einen Job. Der ist dann zwar beschissen bezahlt, aber das sieht einem ja keiner an, hinter der Sonnenbrille im Café. Und dass das alles auf Pump finanziert ist, fällt ebenfalls nicht auf. Den Schauspielern im Film gehört ja auch nichts von dem, was die so mit sich rumtragen, alles nur Requisite. Wie im wirklichen Leben, in dem alles zur Requisit gerät. Hauptsache die Inszenierung ist geil.Das ist echt nicht zum Lachen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 19:55

Mittwoch, 19. Oktober 2011

Aufgaben erfüllen statt Arbeit verrichten

Achtung ein Tagtraum: Auf der einen Seite habe ich das ungute Gefühl, dass Viele immer mehr, in immer kürzerer Zeit für immer weniger Geld erledigen müssen. Sonst haut das mit der krankhaften Gewinn-Optimierung nicht mehr hin. Auf der anderen Seite frage ich mich, warum arbeiten eigentlich noch so viele? Warum erledigen nicht die Maschinen und die Technik all die Arbeit für uns? Warum ist es nicht schon längst zum Privileg geworden, überhaupt noch arbeiten zu dürfen? Wäre es nicht unglaublich schlau, wenn man Prozesse so optimiert, dass diese den Menschen immer weniger benötigen? Damit der Mensch zunehmend frei von jeglichem Arbeiten wird. Und dadurch erheblich wichtigeren Dingen nachgehen kann. Er kann sich um Kinder kümmern und um die Alten. Um Sprachen, Musik, Kunst und Kultur. Um seine Gesundheit und die anderer. Er kann sich und andere bilden, er kann dem Gemeinwesen dienen. Er kann neue Interessen entwickeln und diesen intensiv nachgehen. Wenn wir schlau wären, dann würden wir uns doch keine Arbeit machen. Es ging doch nie um die Arbeit, sondern um das Geld das man mit dieser verdient. Die Arbeit hat für uns keinen Selbstzweck. Als ob dem Menschen nichts anderes einfiele, außer zu arbeiten! Wenn man all seine Intelligenz, alle Ideen darauf konzentrieren würde, nicht den Gewinn zu optimieren - davon haben wir nämlich gar nichts - sondern die Produktivität. Am Ende dieser Nachdenklichkeit müssten nur ganz wenige Menschen überhaupt noch arbeiten. Und zwar deshalb, weil wir so produktiv sind, dass wir uns den wesentlichen viel wichtigeren Aspekten des menschlichen Daseins zuwenden könnten. Wir wären so produktiv das wir ganz viel Zeit und Kapital zur Verfügung hätten. Und diese ganze Zeit und das viele Kapital investieren wir in das, was das Leben für alle besser macht. Die Frage die sich nur jeder stellen müsste wäre die, was er dazu tun könnte. Den Menschen, die Zeit ihres Lebens ausschließlich gearbeitet haben, fehlt es ganz entscheidend an Dingen, die sie wahrhaftig interessieren. Von der Arbeit zur Aufgabe. Ein Aufage erfüllen, die einen glücklich macht. Wir sollten uns darauf konzentrieren immer weniger zu Arbeiten und uns immer mehr wesentlich wichtigeren Aufgaben zu widmen.
Das ganze Leben eine grosse Herzensangelegenheit. Jeden Tag von der Hingabe und der Leidenschaft beflügelt. Vom Miteinander getragen. Immer dieses schöne kribbeln im Bauch, etwas sinnvolles zu tun. Was für eine wunderschöne Vorstellung. So! Zurück an die Arbeit.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 11:30

Donnerstag, 13. Oktober 2011

Bemeisen auf dem Holzweg.

Jeder kennt gewöhnliche Ameisen, aber kennt ihr auch die größeren Bemeisen? Bemeisen sind um einiges größer, kräftiger und seltener. Hat jemand schon mal Bemeisen gesehen? Willst du mal echte Bemeisen sehen? Dann schau bitte in dem Rucksack nach, den der Bär auf dem Rücken trägt, den ich Dir gerade aufgebunden habe.Die Geschichte mit den Bemeisen ist leider wahr. Und kein Geringerer als ich selbst bin als 8-jähriger bei einer Wanderung durch den Wald, dieser Erzählung meiner Geschwister auf den Leim gegangen. Warum erzähle ich diese Geschichte? Weil ich verdeutlichen will, dass man uns allen viel erzählen kann, wenn der Tag lang ist.Wer die Lüge, die Täuschung nicht als normales Werkzeug nutzt und einsetzt, um durch den Alltag und sein Leben zu marschieren, der glaubt erst mal das, was man ihm sagt. Wenn diese Lüge dann auch noch in der Zeitung steht. Oder in den Nachrichten zu hören ist. Oder von bekannten und respektierten Persönlichkeiten zu hören ist. Wer es von Experten hört. Wer es von Vertrauten hört. Wer es hört, der glaubt es erst einmal. Keine Geschichte ist absurd genug, dass man nicht daran glauben könnte. Hier liegt der Hase im Pfeffer. Wir gehen nicht grundsätzlich davon aus, dass man uns anlügt. Wichtige Teile der Wahrheit weglässt. Wesentliche Aspekte hinzudichtet. Und genau auf diese Prämisse baut unser ganzes gesellschaftliches, wirtschaftliches und politisches System auf. Die Menschen kaufen einem alles ab, auch wenn es noch so verrückt klingen mag. Das Allerbeste ist aber, dass der Mensch zudem noch vergisst. Oder Dinge aus der Vergangenheit verklärt, sie eher in einem positiven Licht sieht. Dazu kommt noch, dass der Betrogene sich auch noch schuldig fühlt und es ihm peinlich ist. Deshalb gibt er seine Erfahrung nicht weiter.Den Menschen kann man, auf gut Deutsch gesagt, «verarschen» bis der Arzt kommt. Und am besten kann das der Mensch selbst. Und Menschen, die das können, die machen auch Gebrauch davon. Denn so funktioniert das System. Die einen geben alles mögliche vor und an und der überwiegende Rest fällt darauf rein.Das macht er sogar gerne. Der Mensch hat damit kein Problem von vorne bis hinten verarscht zu werden. Insgeheim bemerkt er sogar, was da mit ihm geschieht. Aber die Trägheit, die Faulheit lassen ihn gewähren. In der Regel ist der Schaden nicht so groß, fällt er nicht so schlimm aus. Es ist ihm egal. Eigentlich zahlt der Mensch laufend dafür, dass er nicht behelligt wird. Dass er seine Ruhe hat. Dabei ist es ihm wurscht und egal, wenn er dabei beschissen wird. Er will es nur nicht präsentiert bekommen. Man soll es ihm nicht sagen, beweisen oder zeigen. Und schon gar nicht vorrechnen. Das ist das Schlimmste. Das ist die Wahrheit und die ist nicht gelogen. Die Politiker belügen uns und wir wählen sie trotzdem. Es ist so wie mit den Müllmännern - machen will den Job keiner - und einer muss ihn ja machen. Deshalb akzeptieren wir alles. Ist doch egal, Hauptsache man selbst muss es nicht tun. Die Medien belügen uns und wir schalten trotzdem ein. Es ist so einfach den Fernseher einzuschalten. Das eigene Gewissen und/oder Gedächtnis einzuschalten fällt da wesentlich schwerer. Und wir glauben lieber, was wir vorgesetzt bekommen, statt uns eine eigene Meinung zu bilden. Lieber mit Lügen leben, als sich Mühe zu machen und hinter die Wahrheit zu kommen.Niemand hat Interesse an der Wahrheit, einer Wahrheit, oder so etwas wie Wahrheiten. Deshalb können diese Wahrheitsapostel, die Gutmenschen, die Bekehrer, die mit wirklich guten Absichten, die können in der Regel einpacken. Das ganze Gerede über das, was wirklich passiert, das interessiert niemand. Zeitgeschichtlich sind über 5.000.000 Bücher verfasst worden. Aber der Mensch ist dadurch den Wahrheiten kein Stück näher gekommen. Dieser ganze investigative Journalismus, was die jeden Tag aufdecken und entdecken. Hat sich was verändert? Der Wahrheit folgt doch prompt die nächste Lüge. Mit der wir dann erst mal besser leben können. Bis zur nächsten Wahrheit. Dann muss sich jemand wieder um eine neue Lüge bemühen.Es lebe die Lüge. Die gut gemeinte. Gut gemachte. Gut getarnte. Die beste Lüge ist doch die, der nicht mal die Wahrheit etwas antun kann. Das ist die Champions League der Lügen. Das ist eine wahrhaftige Kunst, diese Form der Lüge. Die beherrschen in Wahrheit nur ganz Wenige. Ach ja hier ein Bild von einer Bemeise: Das Bild von einer Bemeise. [Da hat doch einer die gleichen bescheuerten Geschwister gehabt wie ich, die nichts Besseres zu tun hatten, als ihren kleinen Bruder auf den Holzweg* zu führen.]* Umgangssprachlich; kommt aus dem Holzfällergewerbe. Ein Holzweg ist ein Weg im Wald, der dem Transport von geschlagenen Bäumen dient und mitten im Wald endet. Wenn ein Wanderer diesem Weg irrtümlicherweise gefolgt ist, so kam er nicht am Ziel an, sondern musste umkehren. Daher der Begriff "auf dem Holzweg sein".

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 08:09

Mittwoch, 12. Oktober 2011

Vielleicht

Vielleicht steht unser System an einem Scheideweg, einer Kreuzung? Kann aber auch sein, dass dies jede Gesellschaft immer irgendwie glaubt und dann geht es trotzdem so weiter wie immer. Keine Ahnung. Aber wenn man sich das kollektive Versagen von Politik, Wirtschaft und Medien ansieht, dann kommt der Gedanke auf, dass es doch so nicht weitergehen kann. Aber vielleicht kann es auch doch. Vieleicht ist es wie immer nach der ersten Aufregung schon bald wieder ruhig und es geht so weiter wie immer.Ich verfolge seit vielen Jahren einen Gedanken, der mich abhält und abgehalten hat, mich mehr zu engagieren. Das, was mich abhält und abgehalten hat, ist das, was jetzt offensichtlich wird. Ich möchte da niemanden anklagen. Die Menschen sind nicht so geboren, man hat das aus ihnen gemacht. Somit liegt das Versagen schon in der Kindheit, in der Schule. Hier wurden falsche Ziele und falsche Werte vermittelt.Es ist offensichtlich, dass persönliche Interessen immer mehr in den Vordergrund gerückt wurden und dass man diese mit allen Mitteln und auf allen Wegen erreichen darf. Das hat zu einer starken Veränderung in unserer Gesellschaft geführt. Es ist die Zeit der Egoisten. Und wer diese Einstellung nicht teilt und unter der Haut sitzen hat, der steht einer solchen Einstellung wehrlos und hoffnungslos gegenüber. Da gibt es eine Reihe von Menschen, die haben ein Denken und Handeln legitimiert, das vielen anderen völlig fremd ist. Somit muss man sich entschieden, ob man da mitmachen kann und will oder nicht. Ein Unternehmen zu kaufen, nur mit der Absicht verbunden, dieses auszupressen und möglichst viel für sich selbst herausholen zu wollen, das muss man mögen. Die meisten Unternehmer sind deshalb zum Unternehmer geworden, weil sie etwas Nachhaltiges schaffen wollten. Etwas, das auf lange Sicht funktioniert. Aber das ist Nostalgie. Heute würden die meisten für eine schnelle und hohe Rendite alles tun. Somit ist das Bestreben nach Verbesserung und Qualität verblasst. Für den persönlichen Erfolg wird alles geopfert, vor allem die Moral. Scheiß auf die Moral, wenn es Geld bringt. Das Versagen liegt meiner Meinung nach bei den Ideologen. Die Politik hat nicht mitbekommen, dass es nicht mehr um Ideologien geht, nicht mehr um Links und Rechts und Mitte. Die Politik hat sich irgendwann nur noch mit sich selbst beschäftigt. Es ging nur noch um das Vorankommen in einer Partei und wie viel Prozente man auf welchen Wegen erlangt. Die Politiker sind die Eltern einer Gesellschaft. Die Kinder schauen diesen alles ab. Die Politik muss sich vorbildlich verhalten, sonst legitimiert sie ein solches Denken und Handeln, wie es uns heute dorthin führt, wo wir uns nun befinden.Die Politik hat mit Steuerhinterziehung, mit Spendenaffären, mit Lügen, um Wahlen zu gewinnen, und all den vielen anderen Verfehlungen ein Denken legitimiert, das sie heute verurteilt. Das ist ähnlich kurz gedacht, wie wenn Eltern selber Kette rauchen, ihren Kindern aber das Rauchen untersagen. Die Spitze der Poltik, Medien, Wirtschaft und Gesellschaft klüngelt zudem derart häufig zusammen, dass wir davon ausgehen müssen, sie tauschen sich darüber aus, wo und wie man sich für die eigenen Ziele am besten am System bereichern kann. Die Wahrscheinlichkeit, dass diese Menschen sich in der Schweiz und in Lichtenstein die Klinke in die Hand gegeben haben, ist sehr groß.Die Vorbilder werden ihrer Verantwortung nicht gerecht und haben sich die moralische Führung entreißen lassen. Oder wie ein Fussballtrainer unlängst bemerkte: Der rote moralische Faden ist gerissen.Das größte Problem ist die personelle Besetzung. Da sägt keiner an dem Ast, auf dem er sitzt. Ganz im Gegenteil: es wird von allen alles unternommen, damit für alle alles so lange weitergeht wie nur möglich. Das mag auch die unfassbar abstoßende Habgier erklären. Somit scheint es aber doch eine letzte Chance auf einen Wandel zu geben. Denn wenn diese Entwicklung weitergeht wie bisher, dann werden die Auswüchse immer perverser und unerträglicher geraten. Und das kann dann nicht mehr folgenlos bleiben.Somit steht ein kompletter Wechsel bevor. Das auf dem Kopf stehende System muss wieder auf die Füße gestellt werden, zurück auf den Boden der Tatsachen. Ich denke, es geht letztendlich um Fragen der Moral. Eine Moral, welche die Gemeinschaft – erlebbar – in den Vordergrund rückt. Denn als Gemeinschaft haben die Menschen oftmals Großes erreicht. Und es war zusammen auch immer schöner. Wie sehr uns das Gemeinschaftsgefühl abhanden gekommen ist und fehlt, sieht man an den vielen Communities im Internet. Wenn wir den Menschen retten wollen, und darum geht es in erster Linie, geht das nur unter Wahrung moralischer Gesichtspunkte. Denn ohne den Menschen können wir die Moral nicht retten. Und ohne diese Moral können wir das Bewusstsein nicht ändern. Und ohne das richtige Bewusstsein können wir die notwendigen Neuerungen und Veränderungen weder einleiten noch umsetzen.Somit geht es um die moralische Rettung des Menschen. Weg vom 100 %-Egoismus hin zu einem Gleichgewicht aus Altruismus und Egoismus. Nur, mit denen, die sich da gerade am Start in pole position befinden, ist ein neues und andersartiges Startmanöver sicher nicht zu machen. Somit müssen das Übel und das Leiden noch dramatisch anwachsen, bevor der Mensch bereit ist, seine inneren Haltungen und gedanklichen Positionen zu überdenken. Was nichts kostet, ist eben auch in diesem Fall nichts wert. Aber bei den Auswüchsen, die uns da täglich präsentiert werden, kann es nicht mehr so lange dauern, bis die Zeit dafür gekommen ist. Ich denke jeden Tag, ich sitze im falschen Film.

Bemerkung: Diesen Beitrag habe ich am 30. Dezember 2010 geschrieben, einen Tag vor Silvester.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:58

Donnerstag, 6. Oktober 2011

Wirklich?!

02.06.2007 zum ersten Mal erschienen. Zum Gedenken an Steve Jobs:

Manchmal stelle ich mir die Frage, was ich wirklich brauche. Gebrauche. Nutze. Was mir nah ist. Näher als ich mir selbst bin. Für was ich meine, ich bereit wäre zu sterben. Oder was mir wirklich fehlt. Auf was ich nicht mehr verzichten kann. Auf was ich aber sofort verzichten könnte. Was überflüssig ist. Was das kosteten würde. Auf was ich an mir selbst getrost verzichten könnte. Welche Gabe, oder Eigenschaft ich gerne hätte. Wieviel Energie Dinge binden. Welche Aufmerksamkeit viele Aspekte meines Lebens verlangen. Was alles überflüssig war, ist und sein wird. Wie lange ich etwas nicht mehr gebraucht habe. Und wo ist es eigentlich? Was ich schon alles im Sack habe, in meinem Leben. Was darin noch fehlt. Wie wichtig es mir mal war. Dabei ist es mit heute ganz schnuppe. Oder wie wichtig mir Dinge geworden sind, die mir lange völlig unwichtig waren. Mit wie wenig ich auskommen könnte. Mit wie viel mehr ich entspannter leben könnte.
Must, need, nice to have. Was man jetzt tun müsste. Was man sofort lassen sollte. Dann überschlage ich in meinem Kopf welche Summen ich für was sinnlos verprasst habe. Wie groß die Summe sein müsste die mir per Zinsen ab sofort ein geldsorgenfreies Leben gewährleisten würde. Dann denke ich in Bergen und Massen von Gütern, die ich in meinem Leben verbrauchen werde. Wie viel Zeit ich verschlafe. Wie viel Zeit ich arbeitend verbringe. Wie lang mein Bart wohl wachsen würde, wenn ich mich nie rasieren würde. Wie lange ich wohl leben könnte. So pendele ich zwischen meiner Verlustangst und meiner Gier nach mehr Lebensqualität hin und her, hin und her.
Ich ertappe mich wieder einmal dabei, wie ich alles in meinem Leben versuche zu quantifizieren und zu qualifizieren, zu bewerten, numerisch einzuordnen. Rangreihen rasen durch mein Hirn. Tops und Flops. Mit dem immer selben Ergebnis - Das bringt doch nichts. Man kann aus seinem Leben keinen Businessplan machen. Und dann denke ich an die Worte von Steve Jobs: Stay hungry, stay foolish (Danke noch mal an Timo und den Geistesblitz, sonst wären diese Worte eventuell an mir vorüber gegangen). Dann geht ein breites Lächeln über mein Gesicht und ich mache genau das, was ich genau in diesem Moment am liebsten tun würde. Wunderbar!

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:32

Donnerstag, 17. März 2011

Japan der 70er. Gesehen durch die Linse meines Vaters.

Mein Vater hatte immer seine Spiegelreflex dabei auf seinen Geschäftsreisen. Sagen wir mal so: Ab dem Zeitpunkt, da er eine sein Eigen nennen konnte. Damals war Arbeitszeit noch nicht so lückenlos überfüllt. So blieb ihm genügend Zeit, seine Eindrücke auf Film festzuhalten. Von jeder Reise kamen neue hinzu. Die dann in seiner Dunkelkammer zum Leben erweckt wurden. Viele Stunden stand ich neben ihm und habe Bilder gewaschen, gewendet oder sanft gebadet. Um bei der Geburt dabei zu sein. Dies ist somit eine Sammlung aus vielen Japanreisen in den 70ern. Es war schön für uns Kinder, dass er diese Bilder mitbrachte. Denn so konnten wir nicht nur in Gedanken mit auf seine Reisen ans andere Ende der Welt gehen, sondern wir hatten auch eine bildliche Vorstellung davon. Zu jedem dieser Bilder hatte er natürlich eine ausführliche und immer interessante Geschichte zu erzählen. Japan war so wunderbar, ganz und gar anders. Er kehrte für uns immer wie aus einer anderen Welt zurück. Von einem anderen Planeten. Mit unglaublichen Geschichten im Gepäck.

(Fotos: Thomas Hintze, Motive: Japan, Tokio der 70er (eventuell auch Anfang 80er))

Geschrieben von Christof Hintze in Weite Welt um 18:04

Montag, 20. September 2010

Ich sehe was, was du nicht siehst

Gemäß diesem Kinderspiel scheint es ein Leben lang weiterzugehen. Die einen sehen was, was die anderen nicht sehen können. Aber das nützt ihnen nichts. Denn was die anderen nicht sehen können, das wollen sie auch nicht. Da kann man reden, was man will. Die stärksten Argumente verfehlen ihr Ziel, wenn der Gegenüber es nicht sehen kann. Da kann kommen, was will. Keine Chance, erst wenn ein Ereignis ihm die Augen dafür öffnet. Aber dann ist es meist zu spät. Somit gibt es Menschen, die etwas früher sehen als andere. Und es gibt Menschen, die das früher erkennen können als andere. Wenn das beides zusammenkommt, dann geht was. Und zwar richtig und voran. Sonst kann man sich den Mund fusselig reden. Schon brutal, dass man dieses Hindernis nicht anderweitig durchbrechen kann. Aber ich habe bis heute noch keinen Weg gefunden, Licht in das Dunkel zu bringen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 09:29

Freitag, 23. Juli 2010

Hintze und Sigl - Ausschnitte von der Premiere vom 6. März 2010.

Geschrieben von Christof Hintze in Hintze und Sigl LIVE um 13:57

Mittwoch, 16. Juni 2010

"travelling audrey s". schlafbrillen von daphne van der grinten

Geschrieben von Peter von Felbert um 11:08

Montag, 14. Juni 2010

trachtenfest obersoechering

Geschrieben von Peter von Felbert um 20:06

Freitag, 21. Mai 2010

Überschätze die Menschen, überschätze dich selbst, überschätze die Welt

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 19:11

Samstag, 15. Mai 2010

LERITO: Let´s ride together – erblickt das Online-Licht

Sogar ich selbst frage mich, wo war ich die letzten 4 Monate eigentlich. Am Rechner. Aber in einer anderen Mission. Diese hieß LERITO. Und das ist die Abkürzung von "Let´s ride together". Meine Truppe und ich haben in unglaublich kurzer Zeit versucht, das Maximum auf die Online-Straße zu bringen. Aber jetzt mussten wir einfach online gehen, sonst wäre diese Motorradsaison vorbei und wir wollten unbedingt an den Start.Und da sind wir. Ein unglaubliches Gefühl mal wieder, was aus so einem Gedanken im Kopf werden kann. Und nun steht er in Pixeln vor uns. Auch jetzt gilt der Dank meiner Truppe. Danke. Aber ebenso möchte ich BMW Motorrad Deutschland danken. Denn man findet leider sehr selten Kunden, die wirklich bereit sind, auf neuen Wegen zu alten Zielen zu gelangen. Und der Dank gilt auch der Band. Die Band war eine Gruppe aus BMW-Motorradhändlern, Industrie-Partnern und Leuten vom Fach zum Thema Motorradtouren, Motorradtrainings und Motorradevents.
Wir alle glauben an die Idee und sind völlig euphorisch, dass wir den ersten wichtigen Meilenstein nun endlich online gebracht haben. Und nun kommt eine Kavallerie weiterer BMW Motorrad-Händler aus dem ganzen Land, die ebenfalls die Idee voranbringen wollen.Es ist wirklich zu früh, um eine sinnvolle Aussage zu tätigen. Aber die Gefühle... Die Gefühle, was soll man da machen. Ich bin so überglücklich und so voller Dank. Es war die Hölle bis hier, aber die Vision ist so wunderbar, dass man dafür schon mal ganz gerne ein Stück durch die Hölle geht.Die Idee: Gemeinsam mehr erleben. Menschen Gelegenheiten zu bieten, wieder etwas oder mehr gemeinsam zu genießen. Schlafen und arbeiten, das darf es nicht gewesen sein. Aber was tun, wenn es immer schwerer und fast unmöglich wird, mit Menschen, die einem nahe sind oder ebenso ticken, etwas gemeinsam zu erleben. Eine Plattform, die von der reinen Absicht zum wirklichen Handeln überleitet. Eine Plattform, die von der distanzierten Welt des Internets die Brücke wieder in die reale Welt baut. Eine Plattform, die einem das Organisieren leichter macht. Aber vor allem das „Mitmachen“. Wir wollen den Menschen Gelegenheit geben, miteinander mehr zu erleben. Weil wir davon überzeugt sind, dass es genau die Erlebnisse sind, welche uns gut tun. Erlebnisse, die wir wollen, die in guter und langer Erinnerung bleiben. LERITO soll die Brücke zu einer verlorenen Sehnsucht herstellen – der Gemeinsamkeit. In diesem Fall mit dem Motorrad. Wir wünschen allen viel Spaß.

Geschrieben von Christof Hintze in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 14:07

Samstag, 8. Mai 2010

1. mai in sindelsdorf

Geschrieben von Peter von Felbert um 13:18

Sonntag, 2. Mai 2010

Freitag, 7. Mai 2010. Die Fortsetzung. Hintze und Sigl. Live.

Kartenvorbestellungen hier entlang.
Zur Hintze und Sigl Webseite.
Mitmachen: Ihren wortwörtlichen Ein-Satz
bitte.

Geschrieben von Christof Hintze in Hintze und Sigl LIVE um 10:36

Samstag, 1. Mai 2010

Programmierung, die kleinen Voreinstellungen fürs Leben

Die eigentliche Herausforderung des eigenen Lebens besteht unter anderem darin, herauszufinden, welcher Programmierung man folgt. Kennt man seine eigene Programmierung, dann wird einem vieles klar und man weiß, wo man gegensteuern muss, was man verändern muss und was man beflügeln sollte.Diese Programmierung besteht aus drei unterschiedlichen Strukturen. Das gibt es die erbliche bedingte. Also das, was man von der Stunde „Null“ schon mit im Gepäck hat, bevor die eigentliche Show des Lebens beginnt. Dann kommt die Sozialisierung von außen hinzu. Auch ein großes Kapitel. Also was widerfährt dem Individuum von der Stunde „Null“ bis zum eigentlichen Abschluss und der endgültigen Formung der Persönlichkeit, des Charakters und somit des Individuums.Zum guten Schluss gesellt sich noch die Sozialisierung von innen hinzu, was den persönlichen Interessen, Begegnungen, Begabungen, Talenten, Faulheit, Zufall, Glück, Pech, Krankheiten und allem anderen entspringt oder eben nicht. Somit wird das Individuum in seiner endgültigen Form von diesen drei Parametern geformt, geschmiedet und gestaltet. Diese Form wandelt sich zwar nur noch minimal, aber sie wandelt sich zeitlebens durch den Einfluss dieser drei Parameter. Wenn man nach 25 Jahren zu einem Klassentreffen kommt, bemerkt man nach nur fündf Minuten, dass alle Verhalten und Rollenspiele wie früher sind. Es hat sich kaum was verändert.Problem. Man nimmt die negativen Dinge ebenso kritiklos mit wie die positiven. Das Bewertungssystem macht gerade in jungen Jahren da noch keinen Unterschied. Das bildet sich erst im Laufe der Zeit raus. Somit legitimieren sich zum Beispiel Gewalt, Stress, Alkoholkonsum, falsche Ernährung, fehlende Bewegung und alles weitere für das gesamte Leben. Wer einem, mehreren oder allen diesen negativen Einflüssen nicht ausgesetzt wird, der ist zwar nicht davor gewappnet, aber er muss eine schwierige Phase durchlaufen, er muss sich überwinden. Er muss dem negativen bewusst den Vorrang gewähren. Das tun nicht viele Menschen. Ebenso verhält es sich mit positiver Programmierung. Auch diese legitimiert den Gebrauch für das zukünftige Leben. Nun wird unser Leben, unsere Persönlichkeit vor allem durch die negativen Programmierungen negativ beeinflusst. Wir wissen aber erst nicht, dass diese negativ sind. Denn als sie in unsere Persönlichkeit gepflanzt wurden, war wie gesagt das Wertesystem noch nicht ausgebildet. Dann verharmlosen wir diese negativen Aspekte unserer Persönlichkeit. Dann verteidigen wir diese negativen Aspekte unserer Persönlichkeit. Dann kaschieren wir die negativen Aspekte unserer Persönlichkeit. Dann erklären wir diese. Dann, wenn noch Zeit bleibt, bekämpfen wir diese. Dieser Prozess, Negatives bewusst nicht weiterzugeben an Generationen danach, ist nicht weit verbreitet. Deshalb zieht sich eine Großzahl menschlicher Probleme über Generationen hin und werden auch noch lange fester Bestandteil des Menschen sein.Es ist nicht nur schade, sondern es ist absolut ernüchternd, dass die menschliche Intelligenz nicht dazu ausreicht, einen Bruch mit diesem Verhalten zu vollführen, denn es würde Raum für das Positive schaffen. Man würde viel weniger Aggressionen und Konfrontationen haben. Bestimmte Konflikte wären ausgestorben. Aber wie gesagt, es ist Teil des Menschen, dass er dazu nicht oder nur minimal im Stande ist. Das verwundert, wenn man bedenkt, mit wie viel Aufwand er alles unternimmt, um technische Mängel zu beseitigen oder Entwicklung voran zu treiben. Aber bei sich selbst ist er dazu nicht im Stande. Ich meine, das liegt darin, dass das Individuum noch nicht akzeptiert in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. So sein wie. Übereinstimmung mit. Das Verstecken, Verkleiden und Verändern der Persönlichkeit hin zu einem „Ideal“ ist immer noch weit verbreitet. Man selbst zu sein, ist noch nicht so weit verbreitet. Aber es ist nicht ausgeschlossen, dass auch diese Entwicklung mal vollzogen werden könnte.Wenn man bedenkt, was schon alles in der Mitte der Gesellschaft endlich angekommen ist und welches Übel man an den Rand gedrängt hat, dann stirbt auch hier die Hoffnung zuletzt.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 12:26

Mittwoch, 14. April 2010

Von wegen Paradies

Das Paradies ist in Wirklichkeit ebenso erstrebenswert wie die Hölle. Am schönsten ist es genau dazwischen. Und genau da sind wir. Zwischen da oben und da unten sind wir. Denn wenn man im Paradies lebt, dann gehen viele Dinge nicht ohne die das Leben aber total langweilig werden könnte. Ich glaube, die Summe der Verbote, der Dinge, die verpönt sind und die große Summe der Dinge, die man im Paradies nicht macht, ist so groß und so umfangreich, dass viele lieb gewonnene Aspekte des Leben echt zu kurz kommen würden. Was das ist, werde ich im Einzelnen nicht ausführen. Aber jeder kann sich seinen Reim dazu machen.Somit ist dieses ewige Bestreben nach Perfektion, nach Vollendung, nach Vollkommenheit von dem Umstand begleitet und dann? Was kommt danach? Ich spiele auf dem Handy gerne Five Duce, dass ist Kniffel auf englisch. Zur Entspannung ist das wunderbar. Es ist ein Glücksspiel, das auch eine taktische Dimension hat. Das perfekte vollkommene Spiel würde bedeuten, dass man 1, 2, 3, 4, 5, 6 Kniffel wirft. Dann einen 3 und 4 Pasch mit 6er Kniffel. Dann ein Full-House, kleine und große Straße, den Kniffel überhaupt und auch bei der Chance einen 6er Kniffel. Somit bräuchte ich 13 Kniffel für das vollkommene Spiel. Mehr geht nicht. Das bedeutet, die maximale möglich Punktzahl beträgt 1.614 Punkte. 95% aller Spiele erzielen weniger als 300 Punkte. Aber ebenso mehr als 150 Punkte. Um beim Beispiel zu bleiben. Wer unter 150 Punkte wirft, erlebt die Hölle, wer über 300 wirft, bewegt sich auf das Nirvana zu. Mein höchstes Spiel beträgt unglaubliche 704 Punkte. Gespielt am 01.02.2010. Es war nur ein Spiel von sehr vielen. Trotzdem reizt es den Menschen, diese Latte höher und höher zu legen. Auch wenn es nicht oder nur lange nicht gelingt. Wir wollen immer höher hinaus – warum? Denn das Blöde am perfekten Spiel ist, dass man es danach nicht mehr spielt. Wer das Maximum erreicht hat, der hat nichts mehr zu erreichen. Somit ist es von Vorteil, wenn wir dieses nie erreichen, um den Reiz, die Motivation aufrecht zu erhalten.Es gibt immer einen der reicher, schlanker, schlauer oder was auch immer ist. Aber warum messen wir uns ständig? Warum bewerten wir ständig? Warum liegen wir ständig im Wettbewerb? Wenn nicht mit uns selbst, dann mit anderen? Warum ist das ganze Leben ein großer Wettbewerb? Es ist genau dieses Verhalten, was das Leben miteinander zu kompliziert macht. Würden wir das lassen – was natürlich nicht geht – aber nur mal hypothetisch gedacht, würden wir diesen Wettbewerb der Religionen, Menschen, Systeme, Ideologie, Dogmen, des Wissens, der Meinungen und allem anderen einfach lassen und den Wettbewerb wandeln in eine Art gemeinsamen brüderlichen produktiven und konstruktiven Umgang miteinander, was wäre dann?Mein Gefühl sagt mir, dass der Mensch alles unternimmt, um überlegen zu sein. Alles. Er denkt wirklich, der Zweck heiligt die Mittel. Dabei lenkt das ab von den wesentlichen Dingen. Wäre das etwa das Paradies? Die völlig vollendete Langeweile, wenn alle Menschen nicht mehr im Wettbewerb zueinander stehen. Niemand mehr Überlegenheit anstrebt, sondern wie bei einer schönen Fahrradtour das gemeinsame Erlebnis im Vordergrund steht, gemeinsam loszufahren und gemeinsam anzukommen. Wenn der Langsamste das Tempo angibt und niemand ihn dafür drangsaliert, sondern eventuell unterstützt. Natürlich genießt gerade der Wettbewerb seinen besonderen Reiz. Die Lust etwas zu erlernen. Etwas zu können und das besser als andere. Oder sogar am besten. Aber ein Gefühl sagt mir, so schön dieses Bestreben auch ist, es lenkt ab von dem, was wirklich wichtig ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 13:13

Freitag, 9. April 2010

Der unbändige Wunsch nach Anerkennung

Warum werden Menschen dick? Warum wollen Menschen so schlank sein? Warum arbeiten Menschen so viel, dass es gesundheitsschädlich ist? Warum machen alle diese Dinge, die offensichtlich nicht gut für sie selbst sind. Ganz einfach. Es ist der Wunsch nach Anerkennung, der nicht so befriedigt wird, wie man es sich wünscht. Und wenn die Anerkennung nicht von außen kommt, dann holt man sie sich von innen. Mit den sichtbar negativen Ergebnissen. Wenn man den ganzen Tag gearbeitet hat, aber nicht das Gefühl der Anerkennung einem zuteil wurde, dann entwickelt man Verhaltensweisen und Rituale, die dieses Defizit ausgleichen. So gönnt man sich zum Beispiel eine Flasche Wein. Und isst dazu etwas Leckeres. Diese Art der Selbstbestimmung und die damit verbundene Freiheit, sich selbst als Anerkennung etwas Ggutes zu tun, ist nur der direkte Weg in die Falle. In die Falle einer Verhaltensauffälligkeit, die dann zur Verhaltensstörung wird und in einer Sucht enden kann. Bei alldem geht es aber nur um dieses Gefühl, das man so sehr vermisst.Bekommen diese Menschen zu wenig Anerkennung? In der Regel ist das nicht so. Es verhält sich wie bei allen anderen Menschen auch. Aber in der Sozialisierung gibt es da eine Störung. Oft gab es zu viel Anerkennung für zu wenig. Vor allem in der Kindheit. Kinder wurden für alles mögliche über den Klee gelobt. Die Unverhältnismäßigkeit von Anerkennung bringt das psychische Wertesystem in Schieflage. Nun ist das Kind aber schon in den Brunnen gefallen. Wer kennt keine Menschen in seinem Umfeld, die mit solchen Verhalten zu kämpfen oder darunter zu leiden haben. Meist trifft beides zu. Aber das Beenden oder Einschränken von solchem Verhalten bringt die Angst mit sich, auch diese Art der Anerkennung von innen zu verlieren. Deshalb hören Menschen damit nicht auf. Es ist paradox, aber Menschen gehen lieber lebensbedrohliche Risiken ein, anstatt einem gesunden Menschenverstand folgen zu können.Somit hilft auch keine falsche Anerkennung. Die Menschen sind nicht blöd. Das merkt ja jedes Kind. Sondern wenn die Menschen nicht das Glück finden, etwas zu machen, was ihnen ein gesundes Verhältnis zu echter Anerkennung vermittelt, dann wird und kann sich nichts ändern. Somit müssen sie lernen, mit diesem Gefühl richtig umzugehen. Man muss akzeptieren, die Schuld nicht in der Vergangenheit zu suchen. Denn eigentlich war es ja nur gut gemeint. Da wussten es Menschen einfach nicht besser. Es lag kein bewusstes Handeln vor, das absichtlich dieses Störung hervorrufen sollte, sondern ganz im Gegenteil, da wollten Menschen einem eigentlich etwas Gutes tun.Und so zieht sich das dann durch ein ganzes Leben. Nichts ist gut genug. Sogar am Lob hat man was auszusetzen. Es kommt zu spät oder von der falschen Person. Man wird im Laufe der Jahre unfähig, Anerkennung zu erkenne, zu sehen und anzunehmen.Was das Rad der Verhaltensstörung nur schneller drehen lässt. Somit wird die Wesensveränderung immer umfangreicher. Die Dosis dessen was man macht um sich selbst Anerkennung zu zollen wird größer und größer. Und sie wird im sozialen Kontex eines Miteinanders absurder. Man zieht sich immer mehr in sich und auf sich selbst zurück.In der Falle. Wo ist der Ausweg? Wie kommt man aus diesem Hamsterrad wieder heraus? Was unterbricht diese Kettenreaktion? Einfach gesagt: professionelle Hilfe. Wer an sich selbst erkennt, dass sein Verhalten unnatürlich und besorgniserregend ist, dem kann man helfen. Mein Hinweis an Menschen, die solche Menschen kennen und schier verzweifeln, weil sie es nicht schaffen, etwas dazu beizusteuern, was dieses Verhalten verändert: Man kann nichts machen. Nichts. Außer da zu sein, wenn der Hilferuf kommt. Und dann wirklich da zu sein. Es ist wie bei Diäten. Der Wunsch eines Menschen abzunehmen, ist groß. Der Grund, warum man dick wird, ist aber wie beschrieben einfach. Man isst nicht aus Hunger, sondern um ein Bedürfnis nach Anerkennung zu befriedigen. Somit kann man eine zeitlang dieses Bedürfnis mal hinten anstellen. Aber nach der Diät klopft dieses wieder an der Vordertür an und kommt auch durch diese wieder hinein, denn die Anerkennung einer Diät ist nicht von Dauer. Was einem am Anfang einen Schub verleiht, ebbt ab. Und nun? Nun ist auch diese Anerkennung erloschen. Also fällt man in alte Verhaltensmuster zurück. Der Ausweg ist nicht die Diät, das Abnehmen und besser aussehen. Der Ausweg ist die Veränderung der Verhaltensauffälligkeit – Essen und Trinken als Anerkennung. Begreifen, dass dies ein falsches, dummes und nicht funktionierendes Ritual ist, das das eigentliche Problem sukzessive verstärken muss. Somit ist der Weg der falsche in die genau falsche Richtung. Es geht allein um den angemessenen Umgang mit der Anerkennung. Wer diese aus sich selbst schöpfen kann, darf sich glücklich schätzen. Wer auf Anerkennung von außen in immer höheren Impulsen angewiesen ist, der ist übel dran. Also, was denkst Du wirklich über dich? Nur du? Beobachte dich. Reflektiere dich. Vergleiche dich. Wer würdest Du gerne sein? Wie würdest Du gerne gesehen und verstanden werden? Welcher Mensch würdest du gerne sein, wenn du dir diesen wünschen könntest? So, und nun verhalte dich auch so. Konstant, konsequent, kontinuierlich und kreativ.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 13:38

Es ist nichts passiert, es gibt nichts zu sehen, machen sie weiter als ob nicht geschehen ist...

Springer & Jacobi Insolvenz.

Schon beeindruckend wie es eine ganze Branche weg spült. Und alle üben sich in Gelassenheit. Das ist nicht irgendeine Agentur. Das war „DIE“ Agentur. So kann es gehen. Was machen die jetzt mit den ganzen Nägeln und Löwen? Alles für die Katz.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 11:23

Dienstag, 6. April 2010

Viel vorgenommen

Heute [Dienstag der 30.03.2010] ist so ein Tag, an dem ich mir viel vorgenommen habe. Ich wollte mal meiner Mobilität freien Lauf lassen. MAC Book, iPhone, Fonic Stick ... alles dabei. Also, trete ich die lange Reise in die Stadt an. München. Gärtnerplatz. Man glaubt es kaum, da finde ich auf Anhieb einen regulären Parkplatz. Das fängt ja gut an. Und im Café auf gleich noch einen freien Tisch. Das wird ja immer besser. Früher nachmittag, München 22 Grad und Sonne und im Café ist gleich ein Tisch frei. Als meine Fokussierung nachlässt schaue ich mal rechts und links. Rechts neben mir sitzt ... Hallo?! Rechts neben mir sitzt Sebastian Schweinsteiger. Heute ist doch Champions League. Aber stopp, er ist ja gesperrt. Macht er sich also einen entspannten Tag am Gärtnerplatz. Cool.Egal, ich genieße die Sonne, den Cappuccino und den Tisch. Heute habe ich eine Reise in die Vergangenheit unternommen - und eine in die Zukunft. Alles an einem Tag. Das bedeutet, dass ich geistig ganz schön unterwegs war. Zuerst begab ich mich auf eine Reise weit zurück. Ich war in einem Skateboardladen. Dazu muss man wissen, dass ich in meiner Jugend Skateboarder in Köln war. Und das ich eine lange Zeit auf der Domplatte zugebracht habe. Unsere Pilgerstätte war ein Laden auf der Ehrenstraße in München. Das Blue Diamond. Wie oft haben wir unser paar Mark dahin getragen und sind nur mit paar Aufklebern raus. Alles darin war so unendlich begehrenswert, aber ich hatte einfach nicht die Kohle. Damals war ich so 15 Jahre. Skateboard war mehr eine Einstellungssache. Natürlich auch ein Sport, aber eigentlich war es ein Statement. So versuchte ich heute in dem endlos geilen Skateboardladen der Neuzeit mitten in München ein wenig ins Gespräch zu kommen. [Boneless Longboards & Clothes, Herzogspitalstraße 11, 80331 München http://www.boneless-muenchen.de] Die Zeitreise war unglaublich, ich fühlte mich wie damals, nur das mir die Preise so mikrig vorkommen. 4 Rollen kosteten um die 30 EUR. Heute denke ich na und. Damals wären das 60 Mark gewesen. Bei 20 Mark Taschengeld und Ausgaben von 50 Mark pro Monat undenkbar. Vieles von damals gibt es heute noch. Aber weit aus mehr hat sich verändert. So versuchte ich ein wenig meine Erinnerungen ins Spiel zu bringen, was mich aber unglaublich alt machte. Egal. Ist halt so. Jedenfalls habe ich meinem Sohn ein Skateboard gekauft. Ein richtiges. Ein ordentliches. Nichts so ein Sportladen-Klump. Und bei der Vorstellung das ich mit meinem Sohn gemeinsam Skateboard fahren könnte, viel mir auf, dass mir eins fehlte. Somit habe ich mir gleich eins mit gekauft. Was für ein geiles Gefühl. Der Laden ist wirklich toll. Alles da. Und die machen das sofort. 15 Minuten später standen zwei Fertige vor mir. Eins geiler als das andere. Es gibt heutzutage Tüten für Skateboards. Witzig. Lange, flache Tüten in die ein Skateboard passt. So eine Art Baguette-Tüte für Skateborads. Der Laden hängt voll, mit allem, was das Skater-Herz höher schlagen lässt. Wie gesagt ich stand da quasi in meiner eigenen Vergangenheit. Schön. Ein wunderbares Gefühl. Und mein Entschluss den Traum von damals ein Stück weit wieder aufzunehmen und einfach weiter zu träumen fand ich auch toll.Somit werde ich meinem Sohn und mir ein Board schenken und dann werden wir zusammen skaten. Vorab muss ich ein wenig üben, damit die Tricks von damals einigermaßen wieder funktionieren. Oder ich muss schnell raus bekommen, welche noch gehen. Mal schauen, ob ich das Skateboard wieder zu einem Teil meines Lebens mache. Wie damals. Muss nicht sein, kann aber. Aber einen Traum, der soweit zurück liegt, einfach wieder aufzunehmen ist schon irre. Wenn mein Sohn nicht danach gefragt hätte, wäre ich selber nicht drauf gekommen. Wozu Kinder alles gut sind! Das Personal im Laden ist wirklich aufmerksam. Und irgendwie schaffen Sie es einen nicht alt aussehen zu lassen. Also nicht so alt wie man ist. Aber die Einstellung, die Typen sind damals wie heute identisch. Am liebsten hätte ich dem Besitzer erklärt wie sein Leben nun weiter geht, aber ich habe mich zurück gehalten.Denn ich hatte einen Termin. Ein Termin, der gedanklich eine Reise in die Zukunft war. So fuhr ich los, noch ganz beseelt von der Zeitreise zuvor. Angekommen musste ich nun völlig umdenken. Plötzlich unterhielten wir uns darüber wie es in Zukunft sein könnte. Auch hier erlebte ich die selbe Faszination in mir. Komisch, ob ich zurück oder nach vorne blicke, das Gefühl ist gleich schön. So beschrieb ich ausführlich und sehr detailliert wie ich mir die Zukunft in meinem Geschäft vorstelle, dabei ließ ich immer einfließen, was davon schon Realität ist - und was als nächstes kommt. Ist es nicht toll, was man mit Fantasie und Vorstellungskraft alles erleben, sehen und beschreiben kann. Manchmal liebe ich mein Gehirn, was mir das alles erst möglich macht. Es beeindruckt mich sogar. Denn innerhalb von sagen wir mal 3 Stunden ca. 40 bis 59 Jahre Zeitsprung, voller Emotionen, voller Bilder und Gefühle. Wahnsinn. Und das ohne Hilfsmittel, die gegen das Betäubungsmittelgesetz verstoßen würden.Was für ein Tag. Und jetzt sitze ich hier im Café, Schweinsteiger neben mir und heute Abend sitze ich im Stadion. Auch so eine seltsame Zusammenkunft. Der Mann, der auf den Platz gehört, sitzt plötzlich hier und ist heute Abend nicht da, wo er eigentlich hingehört.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 13:52

Donnerstag, 1. April 2010

Der Fehler mit dem Fehler

Bloß keinen Fehler machen. Bloß fehlerfrei bleiben. Wer Fehler macht, macht etwas falsch und ist somit schuldig, einen Fehler gemacht zu haben. Unsere Gesellschaft sucht immer Schuldige, die Fehler gemacht haben. Das beginnt in der Schulzeit. In allen Klassenarbeiten machen vor allem die Fehler den Unterschied. Wer weniger Fehler macht, ist besser. Wer mehr Fehler macht, ist schlechter.Im Fußball entscheiden die Fehler darüber, wer verliert. Würde keiner einen Fehler machen, würde keiner verlieren. Somit ist unsere gesamte Gesellschaft darauf ausgerichtet, Fehler zu vermeiden und wenn ein Fehler geschieht, dafür einen Schuldigen auszumachen und den für den Fehler zu bestrafen. So versuchen Menschen, fehlerfrei durchs Leben zu kommen. Immer die richtige Entscheidung zu treffen. „Da hast Du einen Fehler gemacht!“ Wie oft musste man das hören. Oder „Pass auf, mach jetzt keinen Fehler!“ Genau dieser Gedankengang ist ein katastrophaler Fehler. Denn der Fehler ist der wichtigste Bestandteil für Entwicklung, Gestaltung, Bewegung, Kreieren. Alles was entsteht, entsteht aus Fehlern und der Erkenntnis, die man aus einem Fehler zieht. Fehler sind wie Steine, die einen über einen Fluss bringen. Wer nicht von Stein zu Stein springt, also von Fehler zu Fehler, der ist erkenntnislos. Also im wirklichen Leben hilflos. Aber wir prangern den Fehler an und verurteilen diesen. Dabei müssten wir ihn geradezu heraufbeschwören.Die große Angst vor dem Fehler, vor allem die noch größere Angst, selbst der Schuldige dafür zu sein, lähmt all das, was wir in Wirklichkeit brauchen. Es zeigt, welches Potential in der Spezies Mensch steckt, wenn man mit diesem Handicap ausgestattet, noch alles das erreicht und erzielt, was die Menschheit so auf die Beine gestellt hat.Die Forschung z.B. besteht zum überwiegenden Teil aus Fehlern. Und das ist gut so. Hier dürfen und können auch welche gemacht werden. Denn wer Neuland betritt, der hat den Vorteil, dass wirklich alle erst hinterher bemerken, dass etwas fehlerhaft war. Aber wenn man sieht, wie weit die Forschung mit diesem wichtigen Mut zum Fehler gekommen ist, dann wundert es, dass diese Vorgehensweise nicht viel tiefer in die Gesellschaft und in das Bewusstsein der Menschen eingedrungen ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 08:13

Mittwoch, 31. März 2010

Nichts wird wieder so wie früher. Trotzdem. Oder erst recht.

Es verwundert mich mehrmals am Tag, wie oft Menschen mir das Gefühl vermitteln, sich nicht mit der Zukunft beschäftigen zu wollen. Und mir lieber verdeutlichen, dass sie darauf warten, dass alles wieder so wird wie früher. Es ist wie in einer Beziehung, die kurz vor dem Scheitern steht. Anstatt den Blick nach vorne zu richten, schwelgen beide in der Vergangenheit und verzweifeln, warum es nicht mehr so ist wie früher oder wieder so wird.Fassungslos stehe ich diesem Ansinnen gegenüber. Zudem verspüre ich immer weniger Lust, diese Lust auf die Zukunft zu versprühen. Denn wenn man das zu oft macht, lebt man auch zu wenig im Jetzt. Und eigentlich ist nur eins wirklich Wirklichkeit, das Jetzt. Aber wem schreibe ich das? Dabei ist es klar wie Klossbrühe, dass nichts mehr so sein wird wie früher. Und um so länger man diesem Wunsch hinterher hängt, umso mehr verpasst man im Jetzt und um so weniger ist man auf die Zukunft vorbereitet. Aber wie überzeugt man Menschen, bei denen vor langer Zeit alles so toll lief. Die nur aus und in der Vergangenheit leben. Die noch heute von dieser Vergangenheit zehren. Eventuell – gar nicht.Das ist wie bei Menschen, die zu viel Geld und zu viel Macht haben. Die sind auch immer überzeugt, die Wahrheit zu kennen. Die wissen immer, wie alles richtig geht. Das Verschieben von Realitäten scheint ein menschlicher Volkssport zu sein. Das Leben in anderen Wirklichkeiten ebenso. Aber nichts bewegt Menschen da raus. Nichts.Es hat uns niemand beigebracht, wie man in der richtigen Zeit lebt. Nur wie man in der richtigen Zeit schreibt – Zukunft, Gegenwart und Vergangenheit. Aber in welcher man lebt, das hat nie jemand thematisiert. Ich treffe berufsbedingt ständig auf Menschen, deren Prägung einige Zeit zurückliegt. Das, was sie heute machen, haben sie vor mehr als 10, eher 20 Jahren gelernt. Vieles davon passt nicht mehr in die heutige Zeit. Na und. Der Mensch hat die unglaubliche Fähigkeit, mit dieser Einstellung die Dinge lieber vor die Wand zu fahren und dann sofort Schuldige auszumachen. Anstatt sich dieser schönsten und spannendsten Herausforderung des Lebens täglich zu stellen: Wie geht es weiter? Was kann ich tun? Was verändern? Was verbessern? Was sollte ich tun? Was lassen? Der Mensch ist nun mal ein Gewohnheitstier und er hasst insgeheim nichts mehr als die Veränderung. Die macht ihm sogar Angst, obwohl sie trotzdem geschieht und zwar jeden Augenblick.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:43

Dienstag, 30. März 2010

Der alte Mann und das Schreiben

Gibt es nicht. Der Text könnte hier enden. Tut er aber nicht. Denn beim Tiefflug durch die Talkshows in der Nacht bin ich bei so einem älteren Herren hängengeblieben. Ich kannte Ihn nicht, aber die erlauchte Runde und das Publikum vermittelten mir den Anschein, er wäre bekannt. Da saß der über 70jährige und erklärte der Welt, was gutes Schreiben bei redaktionellen Texten ausmacht. Was einen guten Text von einem schlechten unterscheidet. Der Kernsatz war der Einstieg und die Überschrift. Der Einstig muss „pfiffig“ sein, um die Leser in den Text zu ziehen und beim lesen zu halten und die meisten Schreiberlinge befolgen das nicht. Darum soll man sein Buch kaufen oder seine Seminare besuchen, um zu lernen, wie man Überschriften schreibt, pfiffige Einstiege und interessante Texte. Da saß ich nun vor dem Fernseher und dachte mir, lieber alter Mann, was redest du da für einen Blödsinn. Dieses Schreiben, von dem du da redest, das gibt es nicht mehr. Das war gedacht für Tageszeitungen und für eine Medienlandschaft, Lesegewohnheiten und eine Lebenszeit, die weit hinter uns liegen. Die geprägt waren von dem Wunsch der Manipulation. Man wollte Menschen über Kniffe, Tricks und Handwerk dazu verleiten, Informationen und Botschaften zu verinnerlichen, die bestimmten Interessen dienlich waren.Somit neigt sich diese Epoche dem Ende. Denn Authentizität, Glaubwürdigkeit, Offenheit, Ehrlichkeit und Klarheit leben vor allem davon, dass man dieses Repertoire locker stecken lassen kann und sollte. Das zu schreiben, was man wirklich denkt, ist das Ziel und das, was die Menschen erkennen und erlernen müssen. Warum also „pfiffig“? Warum Überschriften, die dazu verleiten, in den Text einzusteigen? Das alles sind Hilfsmittel einer aussterbenden Epoche. Grundsätzlich denke ich, wer nichts zu sagen hat, sollte auch nichts sagen oder schreiben. Und wer was zu sagen hat, der sollte das tun und wie er das macht, ist mir völlig egal. Es geht um den Inhalt und nicht um die Verpackung. Die Äußerlichkeiten haben so maßgeblich unsere Vergangenheit gestaltet, dass man davon ausgehen muss das dieser Reiz als Reiz seine Wirkung verliert. Viel mehr, es langweilt noch brutaler wenn mich eine Überschrift verführt und der Einstig eines Textes verleitet und ich am Ende des Textes denke – Und? Jetzt? Was? Das ist ja wie Vorfreude auf honigmelonenartige Brüste und dann hält man einen Wonderbra mit Silikonfüllung in Händen. Das ist enttäuschend. Ich glaube, solche Formulierungen wie die am Schluss dieses Textes, wünscht sich der Herr ganz an den Anfang. Mir ist das egal, dann mache es lieber falsch, denn diese Art von Konstruieren langweilt mich.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:42

Sonntag, 28. März 2010

Unvollkommene Betriebsanweisung für ein anderes Leben

Bevor man etwas ändert, sollte man genau wissen, was man ändern will, warum man es ändern will und welches Ziel man damit verfolgt. Wer mit dem Bier trinken aufhören will und anstatt Bier Wein trinkt, der hat zwar was geändert und mit etwas aufgehört, aber es kommt so ziemlich auf dasselbe raus.Somit zäumt man auch dieses Pferd am besten von hinten auf. Das heißt, wie soll dein Leben sein, so dass es genau so ist, wie du es dir wirklich wünschst. Und lege dabei keinen Wert auf materielle Dinge, sondern primär aufs ideelle und emotionale. Das heißt, wenn du dir mehr Zeit wünschst, dann ist das eine Sache. Aber wofür? Eventuell hast du keine Zeit, weil du mit Zeit ohnehin nichts anzufangen wüsstest. Somit ist das Klagelied nur das Echo dessen, was alle sagen. Viel Stress, wenig Zeit. Aber nimmt man den Menschen den Stress und gibt ihnen Zeit, füllen sie das entstandene Vakuum nur mit neuem Stress und somit wieder zu wenig Zeit aus.Aber will man wirklich mehr Zeit mit seinen Freunden verleben. Oder mehr Zeit mit sich, weil man lesen, sich fortbilden, Klavier lernen, eine Sprache dazu lernen will. Weil man Sport betreiben will. Oder mehr im Garten arbeiten. Zeit soll gefüllt werden, ob mit Anspannung oder entspannt. Somit haben zwar viele den latenten Wunsch, etwas zu ändern, aber fehlende Interessen verhindern ein konsequentes Handeln. Somit bezeichne ich das lieber als „Leiden auf hohem Niveau“. Was gibt es schöner als eine erfüllte Zeit zu haben und voller Zufriedenheit mit der nötigen Müdigkeit und der damit verbundenen Bettschwere in dasselbe plumpst und sich schon auf den nächsten Tag freut. Was ist schlecht an Stress, solange dieser nicht negativ und ausdauernd ist? Ich denke, dass die wichtigen Dinge, die man im Leben ändern sollte, sehr einfach sind. Sie erscheinen einem nicht so wichtig. Sie sind nicht ständig präsent. Wer die Chance haben will auf möglichst viele erfüllte Tage, der muss nicht nach mehr oder anderem streben, sondern vor allem nach weniger und beständig. Es ist die Kunst des Weglassens. Die Kunst des Loslassens. Und das Wenige muss sich auf einem idealen optimalen Niveau abspielen. Nicht die Masse macht glücklich, sondern die wirkliche Befriedigung eines relevanten Bedürfnisses. Keiner hegt den Wunsch, viel Medizin zu nehmen, um gesund zu werden, sondern am liebsten würden wir keine oder so wenig wie möglich zu uns nehmen. Wenn man genau hinschaut, verhält es sich mit vielen Dingen in Wirklichkeit so. Meetings in Unternehmen ersetzen den Wunsch nach sozialen Kontakten. So alleine am Arbeitsplatz und im Büro ist ja zeitweise ganz nett. Aber wenn Menschen zusammen kommen, dann löst das etwas in uns aus. Nur blöd, wenn das Meeting dann so instrumentalisiert wird, dass außer sozialem Kontakt dabei nichts mehr herauskommt. Das kann man an vielen Stellen unserer Gesellschaft beobachten. Die Zusammenkunft hat mit dem, was man da macht, eigentlich nichts zu tun. Man trifft sich nicht zum grillen, um wirklich nur zu essen.Unser Bedürfnis, Dinge gemeinsam zu erleben, ist spürbar groß. Wir nutzen viele Gelegenheiten, um diesen Bedarf zu befriedigen, bemerken aber, dass die Qualität leidet. Somit fehlt uns vor allem deshalb Zeit, weil wir diese in falsches Verhalten investieren mit dem immer gleichen unbefriedigten Ausgang. Wenn wir das ändern, dann ändern wir alles. Das ist wie eine Kettenreaktion. Man muss nicht viel ändern, man muss nur das Wenige aber richtig ändern. Zum Beispiel die Wertschätzung. Wenn man die Wertschätzung sich selbst gegenüber auf ein hohes Niveau stellt und passend zu diesem sich entsprechend allem und allen anderen gegenüber verhält, dann treten alle die Veränderungen ein, die wir uns insgeheim wünschen. Denn wie sollen ganze Tage für uns die reinste Erfüllung sein, wenn wir nicht die nötige Wertschätzung aufbringen? Nicht uns selbst gegenüber und allem und allen anderen? Das ist unmöglich und das zeigt das Bild unserer Gesellschaft. Uns fehlt es fundamental an Wertschätzung.
Denn aus dieser entspringt all das, was wir uns als Zutaten für einen erfüllten Tag, eine erfüllte Woche, Monate, Jahre bis hin zu einem erfüllten Leben wirklich wünschen sollten. Diese Qualität der Wertschöpfung entspringt der gelebten Wertschätzung. Glaube ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 15:21

Donnerstag, 25. März 2010

Das wahnsinnige Rennen

Wer noch Arbeit hat, dem fällt in einem der wenigen stillen Momente auf, das ist alles der Wahnsinn. Morgens begrüßen einen 134 unbeantwortete Mails. 70% haben den Status besonders wichtig vom Absender verliehen bekommen. Am selben Tag erwarten einen 4 Meetings. Zudem muss noch die eigentliche Arbeit erledigt werden und einiges vorbereitet, überarbeitet und nachbereitet werden.Auf dem Handy erblickt man 8 Anrufe in Abwesenheit. Zum Glück 6 anonym. Zwischendurch streckt jemand den Kopf zur Tür rein „Hast Du mal 2 Minuten Zeit?“. Eigentlich wollte man heute zeitig raus, mal mit den alten Herren kicken gehen. Oder mit dem Sohn ins Kino gehen. Oder mit der Frau. Aber eigentlich weiß man schon Morgens, dass man es Abends nicht schafft. So kann man aber keinen Tag beginnen, in dem man denen, die man am liebsten hat, mit einer Absage begrüßt. Das wäre ein schlechter Einstand für den Tag. Somit lieber die Hoffnung keimen lassen, es könnte klappen. Die Brille ist seit 2 Wochen kaputt, der Bügel fällt immer raus. Eigentlich müsste man dringend zum Optiker. Getränke müssten eingekauft werden und dann ruft auch noch ein Freund an. Jetzt ganz schlecht. Die Familie und die Freunde genießen tagsüber einen besonderen Status, die Unsichtbaren. Plötzlich wieder Terminänderungen. Da fällt was aus. Da kommt gleich was rein. 211 unbeantwortete Mails. Das mache ich heute Abend, wenn alle im Bett sind. 22 Anrufe in Abwesenheit. Und ein paar wichtige Nummern darunter. Schnell abtelefonieren oder besser eine Mail schreiben.Essen, ich wollte doch was essen. Ich habe doch eigentlich Hunger gehabt. Aber jetzt ist es schon zu spät, Essen fällt aus. Kaffee und Wasser müssen das bis heute Abend schaffen. Oh mein Gott, die Post, ich hatte die Postmappe ganz vergessen. Ist was dabei? Ich meine, was meine sofortige Aufmerksamkeit benötigt? Wann schreibe ich bloß die Präsentation? Wann habe ich mal 20 Minuten für mich, alles das zu erledigen, was ich früher in 8 Stunden mir ausdenken konnte? Sogar das auf Toiltette gehen stört. Sogar dafür hat man nicht wirklich Zeit. Und dann die blöden Witze über Urlaub, Geld und Krankheit. Ständig geben einem alle das schlechte Gefühl, Krankheit wäre Absicht, um alle anderen zusätzlich zu belasten. Und mit dem Urlaub verhält es sich ähnlich. Dann tun sie immer so, als ob man Unsummen verdient und im Geld schwimmen würde. Blödsinn. Ach, ja Scheiße, die Steuernachzahlung. Mist, geblitzt worden, nachts auf der dreispurigen leeren Autobahn, da stand 80 und ich wollte nur noch ins Bett und bin so 120 gefahren – Blitz – hatten sie mich. Nachts auf einer einsamen Autobahn. Das muss ich auch noch erledigen. Meine Frau ruft an wegen des Friseurtermins. Nächste Woche Dienstag um 12.00 Uhr – ja, ja, das bekomme ich schon hin. Und sie gibt mir die Planungen für das Wochenende durch. Mein Sohn hat ein Fußballturnier, 8:00 Uhr Treffen am Sportplatz. Wann komme ich bloß dazu, die Präsentation zu schreiben? Ich mache das einfach am Sonntag. Sonntag muss ich einfach mal 2 Stunden für mich finden. Es ist schon wieder nach 18:00 Uhr. Fuck, mein Sohn ruft an. Wie ich das hasse.Schon mal Mails löschen. Alles was cc ist, raus damit. Irgendwie habe ich den ganzen Tag etwas getan, aber nichts hat sich wirklich bewegt, nichts ging los, oder hörte auf. Nichts. Und vor mir wird alles immer mehr und immer schneller. Zu Hause habe ich jetzt auch schnelles Internet. Ich bin immer und überall erreichbar. Alles erreicht mich. Eigentlich müsste ich meinen Job machen. Aber es ist schon lange nicht mehr der Job, wo ich dachte, dass ich ihn erledigen muss.Ich muss Politik zu allen Seiten machen. Ich muss clever sein. Vorausschauend. Mein Netzwerk pflegen. Immer im Augenwinkel beobachten, was um mich herum passiert. Gespräche führen. Loben. Kleine Gefälligkeiten. Aber auch mal dazwischen hauen. Im Prinzip habe ich eine wichtige Präsentation zu halten. Von der einiges wie immer abhängt. Aber ich komme nicht dazu. Das System lässt mich nicht dazukommen.Time Management – dass ich nicht lache. Ich soll reduzieren, konzentrieren und nicht alles tolerieren. Weglassen, was nicht nötig ist. Nichts anpacken, was andere machen sollen. Ich muss mich einfach an das Gefühl gewöhnen, dass man die Arbeit nicht schafft. Dass man seinem Anspruch nicht gerecht wird. Dass man auf immer mehr verzichten muss. Das scheint der Normalzustand. Ständig wundere ich mich darüber, was noch alles gelingt und klappt. Was man alles improvisiert und dann auch noch funktioniert. Ich glaube, der Weg im Business ist ein anderer, als alle gelernt haben. Alles hat sich längst überholt. Nichts von dem, was man an Werkzeugen mit auf den Weg bekommen hat, wendet man noch an. Eigentlich sollten mich keine Mails erreichen. Und keine Anrufe. Dafür sollte es einen Service geben. Eine Filter aus echten Menschen. Man dürfte gar nicht mehr so an mich heran. Da draußen müssten Menschen die Dinge ausarbeiten, zu denen ich nicht mehr komme. Man müsste die ganze Technik anders nutzen und einsetzen. Und neue Jobs gestalten, die uns allen die Arbeit ermöglichen.Und dass ich es geschafft hätte, mit meinem Sohn ins Kino zu kommen. Und auf dem Weg ein paar Blumen für meine Frau zu kaufen. In aller Ruhe 20 Minuten mit einem Freund zu telefonieren. Mich intensiv mit meinen wesentlichen und wichtigen Aufgaben zu beschäftigen. Dabei einen guten Kaffee trinken. Mittags gesund Essen zu gehen. Eigentlich müsste alles anders sein, als es ist, um das zu erzielen, was wir uns vornehmen. Aber das Rennen geht weiter. Alle rennen. Immer schneller. Immer mehr. Keiner bleibt stehen und schreit laut: Stopp. Warum rennen wir eigentlich? Oder wie jemand mal erzählt, als der Jungbulle mit seinem Vater auf einem Hügel stand und da unten im Tal diese vielen schönen Kühe stehen sah. Und der Jungbulle freudig schrie: Vater, lass uns runter rennen und eine von ihnen ficken. Und der Vater entgegnete: Lass uns langsam herunter gehen und sie alle nehmen. Warum rennen wir und schaffen so wenig? Wenn wir gehen und viel mehr

erreichen könnten? Wir sind verrückt.Bemerkung: Dieser Text ist keine Beschreibung meines Lebens. Sondern eine Beschreibung des Lebens von Menschen, die ich kenne. Das soll keine Ausrede sein, sondern ich wollte die Chance wahrnehmen, es mal öffentlich darzustellen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 20:11

Montag, 22. März 2010

Inspirationsantrieb

Wäre es nicht wundervoll, wenn unser Leben maßgeblich mit der Kraft der Inspiration angetrieben würde? Und diese dabei tatkräftige Unterstützung von der Intuition bekäme? Es wäre ein anderer Tag. Jeder Moment würde sich anders anfühlen. Mein Gefühl sagt mir „besser“, vor allem natürlicher. Und unserem Wesen wäre alles näher und vertrauter. Aber wir leben nun mal in einer Welt, die wir selbst geschaffen haben. Eine Welt, in der genau diese beiden Aspekte einfach zu kurz kommen müssen. Ein Großteil unseres Tages ist verplant, ebenso ein Großteil unseres Denkens. Wir werden weitestgehend dadurch angetrieben, Systeme aufrecht zu erhalten, die wir selbst konstruiert haben. Dabei bedarf es keiner Inspiration oder Intuition, sondern man muss es einfach aushalten, durchhalten und machen. Diese Systeme, die wir selbst erschaffen haben, haben sich längst verselbstständigt und verlangen uns weitaus mehr ab, als eigentlich nötig wäre. Das ist wie mit der Verwaltung in Krankenhäusern. Die machte mal 10% der Personals innerhalb eines Krankenhauses aus, dann hat sie sich mit sich selbst beschäftigt und immer mehr Raum und Platz eingenommen. Heute sind mehr Menschen in der Verwaltung tätig als am Patienten. Und so verhält es sich in vielen Systemen. Keiner hat diese reguliert, zur Raison angehalten. Diese haben so einen Aufwand in Form von Selbstbeschäftigung entwickelt, dass wir uns ständig zusätzlich damit beschäftigen müssen.Die Menschen schaffen sich Verantwortungen auch da, wo es keiner bedarf. Und mit denen müssen sich dann alle anderen zusätzlich beschäftigen. Das ist der Tod für die Inspiration. Man muss sich das so vorstellen. Man lebt in einer Beziehung und die Inspiration sagt einem, dass jetzt körperliche Nähe sehr schön wäre. Aber so einfach ist das nicht. Da muss erst ein Antrag gestellt werden. Jetzt will der eine aber sofort. Das geht ja gar nicht, deshalb wird natürlich umgehend ein Arbeitskreis einberufen, der über den Sofortantrag entscheidet. Jetzt muss die Zusammensetzung dieses Gremiums so sein, dass alle Interessengruppen gleichermaßen vertreten sind. Und eine Agenda muss her. Jetzt wird im Arbeitskreis darüber debattiert. Man stellt fest, dass es verschiedene Positionen gibt, die in jeweiligen Arbeitsgruppen erörtert werden müssen. Aber auch hier kommt die eine oder andere Gruppe nicht an das gewünschte Ziel. Deshalb holt man sich externe Berater hinzu und Mediatoren. Die Ergebnisse werden zusammengetragen und eine Empfehlung wird ausgesprochen, wie man mit dem Sofortanantrag nach körperlicher Nähe in diesem einen besonderen Fall verfahren sollte. Das wird in einem 234 Seiten umfassenden Bericht der eigentlichen Behörde übergeben. Diese folgt der Empfehlung und stimmt somit dem sofortigen körperlichen Näherkommen zu. Dieser Beschluss wird dem einen Partner zugestellt, was dem anderen natürlich noch die Option eröffnet, Einspruch einzulegen. Aber das ist nicht nötig, denn der andere schläft schon.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 17:16

Das eigentliche Problem ist ...

... dass wir in einem Land leben, in dem fast jeder Satz beginnt mit: „Das eigentliche Problem ist ...“ Das ist eine Eigenschaft von Deutschland. In anderen Ländern ist das nicht so. Das heißt nicht, dass es denen besser geht. Vielen geht es schlechter, aber das liegt sicher nicht an dem Satz, sondern an ganz anderen Dingen. Ganz im Gegenteil, wir könnten schon viel, viel, viel weiter sein, wenn wir diesen einen Satz und diese Denk- und Gesprächskultur einfach verändern würden. Denn die Stärke von Deutschland liegt zum Beispiel darin, dass wir an so viele andere Länder grenzen und somit der Warenaustausch ein ganz anderer ist. Zudem haben wir sechs Monate im Jahr Scheißwetter. Was bleibt einem da anderes, als zu arbeiten? Dann haben wir da diesen emotionalen Wettbewerb mit allen anderen Ländern auf der Welt. Es ist uns in die Wiege gelegt, wie beim Fussball, dass wir immer den Anspruch haben, Weltmeister zu werden. Und nur dieser Titel genügt unseren Ansprüchen. Wir haben zwei Kriege verloren, auch das treibt uns an. Es gibt viele gute Gründe, warum wir so sind, wie wir sind, aber „Das eigentliche Problem ...“ ist sicher keiner davon. Was für eine Energie da aufgebracht und vergeudet wird, immer das Risiko, die Gefahr, die Bedrohung, den Fehler und alles andere Negative zuerst und lange ins Visier zu nehmen. Da wundert es einen echt, dass überhaupt dabei was rauskommt. Oder es zeigt deutlich, was möglich wäre, wenn wir das einfach umdrehen würden in ein Denken und Handeln, das von Chance, Stärke, Möglichkeiten und Lösungen angetrieben wäre. Wenn wir das einfach umdrehen würden. Oh mein Gott, was machen wir dann mit der ganzen Zeit, die uns übrig bleibt wenn wir nur noch in Lösungen denken und handeln. Vor allem, wenn es wieder sechs Monate mieses Wetter gibt. Ich bin überzeugt, wenn uns hier einfallen würde, was man da Tolles machen könnte, erst dann würden wir das lassen. Bis dahin sitzen Massen von Menschen in Meetings, in den alles gesagt wurde, aber noch nicht von allen. In denen man sich ausgiebig und ausführlich mit dem Problem auseinandersetzt, in allen erdenklichen Formen. Beschäftigungstherapie ist das. Und das wirklich Wahnsinnige daran ist, dass die meisten wirklich überzeugt sind, das muss so sein. Es geht nicht anders. Unglaublich.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 17:11

Freitag, 19. März 2010

Eine lückenlose Aufklärung

Wenn diese Worte fallen und gewählt werden, dann bedeutet das nichts anderes, als das alles mit aller Macht verschleiert wird. Ich habe zeitlebens nach solchen Ankündigungen die entsprechenden Taten und öffentlichen Darstellungen sowie Verurteilungen vermisst. Man lernt im Laufe eines Leben, wann Formulierungen nichts bzw. eher das Gegenteil bedeuten. Aber es braucht seine Zeit.Wenn jemand mir zurief „Lass uns telefonieren!“ Dann dachte ich früher „Lass uns telefonieren!“ Aber dem war beinichten so. Denn „Lass uns telefonieren“ bedeutet eigentlich, ich habe keine große Lust, jetzt mit dir zu kommunizieren. Darum schiebe ich das auf, auf ein Telefongespräch in unbestimmter Zukunft, in der Hoffnung, dass auch das in Vergessenheit gerät. Auch schön ist „Mensch, wir müssen uns echt mal wiedersehen“. Auch diese Formulierung bedeutet genau das Gegenteil. Wenn auch noch die Vokabel „spontan“ oder „bald“ mit in die Formulierung eingebaut wird, bedeutet auch das genau das Gegenteil. Nämlich, ich habe jetzt keine Zeit und keine Lust auf dich, deshalb heuchel ich jetzt Interesse vor, um mich so der Situation elegant entziehen zu können.Als ich hinter die Möglichkeit der gegenteiligen Formulierung gekommen bin, habe ich mir auch eine einfallen lassen und schon oft genutzt. Wenn ich mal wieder von jemandem mit einem unausgegorenen Einfall genervt werde, die dieser auch noch als Idee tituliert, dann sage ich einfach "Interessante Idee, denke ich mal drüber nach, ich melde mich dann dazu“. Dieser Satz bedeutet natürlich auch das genaue Gegenteil. Nämlich, geh mir nicht mit so einem Blödsinn auf den Wecker und um dich jetzt nicht vor den Kopf zu stoßen und das Thema geschmeidig genau jetzt abzuwürgen, sage ich das. Und siehe da, es funktioniert. Man muss nur behaupten, dann ist man das Problem los. In letzter Zeit ertönen diese Formulierungen wieder auffällig häufig in den Medien, da muss ja echt der eine oder andere Baum brennen.Aber das werden wir lückenlos aufklären, darauf können Sie sich verlassen. Und ein paar Wochen später interessiert es kein Schwein mehr. Oder die Medien haben die Lust daran verloren. Oder das Thema hat sich einfach totgerannt.Vor vielen Jahren hatte ich mal einen Chef, der sagte immer beim Kunden, wenn was voll in die Hose gegangen ist: „Das hat uns den nötigen Adrenalinstoß versetzt, da gehen wir mit aller Energie noch mal ran“. Ich dachte dann immer, was kommt jetzt. Und passiert ist nie was. Wir gingen zurück, klebten alles von links nach rechts oder von oben nach unten. Hier ein wenig und da ein wenig. Und?! Hat funktioniert, der Kunde war dann immer begeistert. Damals hat mich das unglaublich gewundert, heute verstehe ich das. Der Mensch ist Mensch, weil er vergisst. Nur, dass es so schnell geht, um das zu kapieren habe ich dann doch locker 40 Jahre gebraucht.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 10:37

Mittwoch, 17. März 2010

Schon komisch diese Menschen

Der Mensch ist komisch. Das, was er macht. Das, was er denkt. Und das, was er gedenkt zu machen. Alle wollen im Prinzip dasselbe, auch wenn sie das verneinen. Im Prinzip sind die wirklichen Bedürfnisse, die es zeitlebens zu befriedigen gilt, dieselben.
Aber der Weg dorthin oder besser gesagt, der Weg, der immer weiter weg von diesen Bedürfnissen führt, ist unergründlich. Es sind so viele und so seltsame, dass man das Gefühl nicht los wird, dass uns die Natur zwar die Intelligenz gegeben hat, uns aber dafür die Orientierung genommen hat. Denn es gibt so viele Wege nach Rom, aber nur ganz wenige kommen an, obwohl überall klar und deutlich, und für die jeweiligen Menschen ersichtlich, „Rom“ dransteht.
Nehmen wir mal die Partnerschaft. Wenn es einen Weg gäbe, was machen die Menschen denn da? Also gibt es keinen Weg zur Partnerschaft. Es gibt Wege zum Sex, aber nicht zum eigentlichen Bedürfnis – der Liebe. Nehmen wir das Glück. Jeder will glücklich sein, eventuell mit Ausnahme von Pessimisten und Depressiven. Aber sonst will jeder Mensch glücklich sein. Das Mittel zum Glück soll das Geld sein. Viel Geld heißt viel Glück. Wenig Geld heißt wenig Glück. Wenn man dieser Theorie nur einen Funken an Wahrheit Gauben schenken wollte, warum sind dann Menschen mit und ohne Geld ebenso glücklich wie unglücklich. Und dann muss immer mehr Geld angehäuft werden, um das Glück zu finden, mit dem immer selben Ergebnis. Daran liegt es nicht. Menschen, die nicht komisch sind, brauchen sich kein Witzebuch zu kaufen. Das führt nur dazu, dass man nicht nur nicht komisch ist, sondern auch noch peinlich. Der Mensch unternimmt tagein tagaus sein Leben lang alles mögliche, um seine innersten Bedürfnisse zu befriedigen und sinniert fortlaufend darüber, dass es ihm so selten gelingt. Was er dann alles macht und unternimmt, damit die Befriedigung sich letztendlich doch einstellt, ist wirklich komisch. Sehr sogar. Denn das wirklich Witzige ist, dass all das vom eigentlichen Weg wegführt und er bemerkt es nicht einmal. Sondern ganz im Gegenteil, er erhöht weiter und weiter die Dosis. Und bemerkt nicht, dass sein Leben droht, einem großen Placebo Effekt aufzusitzen. Dabei wäre der Weg aus der Misere sehr einfach. Aber wem erzähle ich das.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 08:16

Montag, 15. März 2010

Erwischt – so ein Mist. Moralvorstellungen.

Seit einiger Zeit geht es der Moral an den Kragen. Es vergeht keine Nachrichtensendung, in der die Moral nicht voll in die Fresse bekommt und zwar in der übelsten Form. Gerade an Orten, an denen Werte eine gewichtige Rolle spielen, an denen Enthaltsamkeit als Mittel zu höherer Erkenntnis führen soll. Moral ist keine Ethik. Moral ist immer die Moral einer Zeit.Somit schneiden die Moralvorstellungen der Vergangenheit noch schlimmer ab, als die der Gegenwart. Obwohl man da kaum von schlimmer reden kann. Es ist wie der Unterschied zwischen Pest und Cholera. Bei diesen ganzen moralischen Verfehlungen und der Empörung darüber, bei der Härte der Verstöße und dem Grad dessen, worunter die Opfer leiden müssen, kommt mir immer wieder ein Gedanke. Eine Frage bohrt sich in mein Hirn: Was ist für mich Moral? Und die Antwort mir selbst gegenüber ist ernüchternd und zugleich erschütternd. Denn meine Auffassung von Moral kann ich so lange vertreten, bis zu dem Zeitpunkt, ja exakt zu dem Zeitpunkt, an dem ich erwischt werde. Ich bin für alle Beteiligten ein moralisch einwandfreier Lebensgenosse, ja bis ich bei diesem oder jenem erwischt werde. Meine Moralvorstellungen leiden auch nicht unter dem Umstand "es ist ja nichts passiert" oder noch nicht. Aber was ist das für eine kranke Auffassung von Moral, dass diese solange für einen, egal was man macht, aufrecht zu halten ist, solange man nicht erwischt wird. Der Übergang, dass einem dieses Verständnis sogar gefällt und hier und da einen besonderen Kick versetzt, ist nicht zu leugnen. Gegen die eigenen moralischen Vorstellungen verstoßen hat seinen Reiz. Einen besonderen. Aber nur in der Überzeugung und Gewissheit, dass man nicht erwischt wird. Denn das macht keinen Spaß, ganz im Gegenteil. Alles, was man sich aufgebaut hat, fällt dann wie ein Kartenhaus zusammen. Ist es das wert? Ja! Offensichtlich.Wir kommen aus dem Räuber- und Gendarmspiel unserer Kindheit zeitlebens nicht raus. Kein Kind verweigert sich, Räuber zu sein. Dieses ständige Katz- und Mausspiel prägt unser Verständnis von Moral. Es wird uns zudem vorgelebt. Es ist Teil unserer Sozialisierung. Aber vor allem ist es Teil des Menschen, denn es scheint an Selbstdisziplin zu fehlen. Es scheint ein besonderer Reiz darin zu liegen, die Grenzen der eigenen Moralvorstellung zu überschreiten, statt auf der Seite zu bleiben, auf der man vorgibt, sich zu bewegen. Moral ist wie Freiheit maßgeblich von dem geprägt, was man nicht macht. Es ist eine völlig falsche Lebensweise zu glauben, dass man alles machen kann und dabei nicht gegen die Grundsätze von Moral und Freiheit verstößt. Sich innerhalb von Grenzen bewegen ist der Sinn von Moral. Und nicht dieses wirklich dumme Spiel, sich am liebsten außerhalb der eigenen und gesellschaftlichen bis hin zu rechtlich relevanten Grenzen aufzuhalten. So, wie wir es leben, funktioniert es offensichtlich nicht. Entweder akzeptieren wir, dass dieses Verhalten zwar unerträglich ist, aber immer Teil unserer Zivilisation oder man unternimmt was dagegen. Am besten jeder bei sich selbst. Denn hier kann Recht und Ordnung nichts bewerkstelligen, wo es um Haltung geht. Da haben ganz andere Systeme versagt. Und zwar schon lange vorher, zur Zeit und bis auf Weiteres.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 08:49

Dienstag, 9. März 2010

Das erste Mal. Bühnenpremiere über die Bühne gegangen.

Dem geneigten Leser meiner Internetseite dürfte nicht entgangen sein, dass ich am Samstag, den 6. März meine Bühnenpremiere hatte. Gemeinsam mit Hans Sigl habe ich Neuland betreten. Und es war einfach wunderbar. Es war ein Bad der Gefühle. Der Entdeckungen. Des Neuen. Es war für mich, wie den Fuß auf den Mond zu setzen. Man betritt eine andere Welt. Die Idee basiert auf meiner Überzeugung, den Dingen intuitiv zu begegnen und zu folgen. Der Intuition den Vorrang vor dem Wohlüberlegten zu geben. Der Weg entsteht beim Gehen. Dieses Konzept ist zum Teil wundervoll aufgegangen, zum Teil aber auch noch nicht. Es gab eben auch Pausen, Irritationen, Aussetzer und alles das, was es im perfekten Weltbild von Medien und Bühnen nicht mehr gibt. Oder wenn, dann ist es perfekt inszeniert.So haben wir 2 x 45 Minuten und 15 Minuten Pause mit etwas gefüllt, dass wir alle so nicht erwarten konnten, sollten und durften. Und im Ergebnis war es wie gesagt wundervoll. Ich habe meinen ersten Schlussapplaus sehr genossen. So etwas kannte ich bis heute noch nicht. Das hat Suchtpotential. Aber es war eben auch ein Abend, der uns viel gezeigt und gelehrt hat. Wir haben es nicht nur auf die Lachmuskeln abgesehen, sondern wollten möglichst viele Gefühlswelten intensiv durchschreiten und gemeinsam erleben. Somit muss man es auch ertragen können, nicht die Lacher und den Applaus auf seiner Seite zu haben, aber dafür eventuell einen Denkanstoß produziert zu haben. Dafür, dass wir zum ersten Mal gemeinsam ohne zu proben und zu üben auf einer Bühne standen, kam mir das nicht sonderlich fremd vor. Aber es ist mir unmöglich, mir selbst eine objektive Meinung zu dem Abend zu bilden. Mir fehlt einfach die Distanz. Somit spiegele ich mehr das wider, was mir zugetragen wurde. Die Gäste waren voll des Lobes und auch das ist ein sehr schönes Gefühl. Der Ort des Geschehens, die alte Brauerei in Stegen, ist einfach perfekt. Das Bühnenbild. Der Aufbau. Das Licht. Die Technik. Alles war wie man es sich nur erträumen konnte. Somit entstand von Anfang eine Art von Verbundenheit mit dem Publikum. Da wir die Premiere als Feuertaufe ansehen wollten, ob die gemeinsame Idee überhaupt funktioniert, kann man nun resümieren: ja, klappt wundervoll. Deshalb haben wir uns auch entschlossen, weiter zu machen und der Premiere dieses Jahr noch drei bis vier Auftritte folgen zu lassen.
Mehr und andere Informationen zum meinem Abend der Abende: www.hintzeundsigl.net .
Und das wichtigste zum Schluss: Hans. Hans Sigl. Freund. Ohne Dich wäre nichts. Nichts von dem. Mein Dank. Meinen großen Dank. Es wäre keine Idee, keine Bühne, kein Ton, kein Bild, keine Gestaltung, nichts von alle dem was sich jetzt so gut anfühlt. Vielen Dank.

Geschrieben von Christof Hintze in Hintze und Sigl LIVE um 13:07

Montag, 8. März 2010

Ein einfaches Beispiel: Brösel oder Backmischung?

Diversifikation. Das Problem. Vor nicht all zu langer Zeit haben alle gepredigt, den Markt, die Branche und das Produkt zu segmentieren. Somit gab es früher z.B. einen bzw. nur ein paar Joghurts im Kühlregal. Jetzt ist nicht mal mehr genügend Platz für die vielen Joghurts.Ein Markt hat eine Größe. Ein Kuchen. Der Kuchen. Wenn dieser Markt einem gehört, dann hat der kein Interesse am segmentieren. Gehört der Markt aber vielen, dann wollen alle etwas von dem Stück Kuchen. Und somit werden die Stücke kleiner und kleiner. Bis nur noch Krümel bleiben. Für viele innerhalb des Marktes zu viel zum sterben und zu wenig, um zu überleben. Der Weltmarktführer in Sachen Schrauben wechselt fast stündlich, denn dieser hat nicht mehr als 5% Marktanteil. Und dieser Anteil wird immer kleiner, weil die Segmentierung immer weiter voranschreitet. Früher gab es Segmentierungen, die man noch nachvollziehen konnte, wie beim Fernsehen, da sollte es ein Sportfernsehen geben, ein Kinderfernsehen, ein Kulturfernsehen. Aber alle anderen Sender segmentieren nur einen bestehenden Markt und unterschieden sich dabei nicht einmal wirklich, dasselbe nur kleiner und auf viele mehr verteilt. Aber jeder möchte vom Kuchen, vom Marktanteil, so viel wie möglich abhaben. Diese Strategie ist wie fast alles menschliche Denken – endlich. Und das Ende der Segmentierung steht wie großer unübersehbarer Monolith vor uns. Es gibt zu schnell, zu viel von allem. Somit ist nicht genug Kuchen für die Marktteilnehmer da, sondern nur noch Krümel. Das hat zur Folge, dass auch alle an einem Markt beteiligten vom Staub der Krümel leben müssen. Das geht nicht. Und dieses "das geht nicht", erleben wir überall. Was als Freiheit und somit als freie Marktwirtschaft, als Kapitalismus, gut gedacht war, ist nun schlecht gemacht worden. Der Wettbewerb läßt schon lange nichts Neues mehr entstehen. Für etwas Neues ist kein Geld da und das Risiko ist zu groß. Dasselbe wird nicht mal mehr anders gemacht, sondern nur noch billiger und wenn überhaupt, nur anderes distribuiert.Wir haben uns alle blenden lassen von Eroberungsmärkten und wollten die nahenden gesättigten Märkte nicht sehen und welche Folgen das für uns alle hat. Der Markt der Medien ist längst zu einem Monster geworden, der schon lange nicht mehr auf Nachrichten wartet, sondern diese lieber selber produziert. Die Wirtschaft hat sich mit der Strategie der Segmentierung nicht an das Wichtigste gehalten – das Gesetz von Angebot und Nachfrage, sondern nur am Unwichtigsten orientiert, an den Marktanteilen. Man hat sich blenden lassen von einem Konsumverhalten, das ausschließlich so hoch war, weil es Eroberungsmärkte waren. Das ist so, als ob man von außerordentlicher Kochkunst ausgeht, wenn man hungrigen Kindern Brote schmiert. Der Bedarf war so groß, dass die Ausführung unwichtig war. Aber alle feierten sich und die Segmentierungen. Und diese Segmentierung macht ein Gewinnbestreben für produzierendes Gewerbe fast unmöglich bis unmöglich. Also müssen die dazu übergehen, nicht mehr mit dem eigentlichen Produkt Geld zu verdienen, sondern mit anderen Aspekten. Somit ist der eigentliche relevante Nutzen nicht mehr tragfähig und es muss ein Mehrwert her. Die größten Industrien verdienen ihr Geld schon lange nicht mehr mit dem Produkt und der Dienstleistung, welche da im Vordergrund steht. Somit ist das Modell der Segmentierung ein temporäres und ein dummes zugleich. Dasselbe nur anders, schneller und billiger zu machen ist nicht von Dauer. Vor allem nicht von Wertschöpfung gekrönt.Somit werden diese Wirtschafts- und Unternehmensmodelle nun scheitern. Und aus dem Scheitern erwachsen aus Krümeln, die da zusammengeschlossen werden, wieder Kuchenstücke. Ob man an diesen wieder Geld verdienen kann, das steht noch im Raum. Denn in der Regel sind solche Märke in der Werthaltigkeit so vernichtet worden, dass auch neue Größe nichts mehr ausrichten kann.Somit muss ein Ausweg aus der Segmentierung her. Es ist nicht hilfreich, wie in der Automobilbranche, die unter derselben Krankheit leidet, nun mit Geld versucht wird, genau diese Segmentierung aufrecht zu erhalten. Ein Sterben der Hersteller wäre für die Märkte und die Option, wieder Geld zu verdienen, wesentlich größer. Die logische und natürliche Gegenbewegung zur Segmentierung nun aufzuhalten, nur um Arbeitsplätze zu erhalten, verlängert das Sterben nur und macht es in der Wahrnehmung nur schmerzhafter. Somit wäre es schlauer, sich von vielem zu verabschieden und der Wirtschaft mit auf den Weg zu geben, dass alles, was nicht Segmentierung ist, sonder eine Stand Alone Lösung, einen eigenen großen Kuchen anbietet. Eine Zeitlang zumindest, in der man schon wieder das nächste Fass aufmachen kann.Es ist schlau, sich frühzeitig aus Märkten zu verabschieden, die anfangen zu bröseln. Und es ist schlau, in Märkte zu investieren, die wie eine eigene Backmischung des Weges kommen. Denn wie sage ich immer: Wenig von viel kann sehr viel sein oder zu wenig. Viel von wenig zu haben, kann zum selben Ergebnis führen. Was aber nie lügt, ist das, was unter dem Strich dabei rauskommt. Wenn das nur noch positiv zu gestalten ist, wenn man die Grenzen der Wirtschaftsmoral und -ethik längst überschritten hat und täglich weiter überschreiten muss, dann ist es wirklich Zeit zum umdenken. Das muss man sich und der Umwelt wirklich nicht antun. Diese Zeit und diese Energie kann man auch anders und besser investieren. Somit stellt sich die Frage – bröseln Sie noch oder backen Sie schon?

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:20

Freitag, 26. Februar 2010

89,8 Kilo. Nur noch 10,8 Kilo. Über große Ziele und kleine Schritte.

Anfang Januar berichtete ich darüber, dass meine dicke Zeit nun zu Ende gehen soll. Die Gründe dafür habe ich ausführlich und hinreichend beschrieben. Nun möchte ich einfach mal einen Zwischenstand los werden. Gestartet habe ich am 4. Januar mit 105,5 Kilo - bei 175 cm Körpergröße. Hinzu kommt mein Alter von 45 Jahren und der Stress, den man eben so hat, wenn man leben will wie ich. Nun habe ich schon mal 15,7 Kilo abgenommen und noch 10,8 Kilo vor mir. Nicht weil ich muss, sondern vor allem, weil ich will. Wenn ich zurückblicke, lag damals ein unglaublich langer Weg voller Entbehrungen vor mir. Aus heutiger Sicht empfinde ich das ganz anders. Irgendwie kommt es mir gar nicht so lange vor und die erwarteten Entbehrungen bleiben aus. Denn die Freude und das Glück über jedes Kilo, das meinen Körper verlässt, macht jeden Tag einfacher. Der viele Sport tut mir sehr gut. Und den Alkohol mal bei Seite zu schieben, tut mir auch sehr gut. Somit fühlt sich das alles viel mehr als Gewinn an, statt als Verlust. Man verliert nicht an Gewicht, sondern man gewinnt etwas anderes hinzu, das wesentlich schwerer wiegt. Im positiven Sinne. Was mich manchmal quält, sind zwei Gedanken. Wie konnte ich es soweit kommen lassen und was gibt mir die Sicherheit, dass es nicht wieder soweit kommt? Oder sogar noch schlimmer? Aber dann verwerfe ich die Gedanken, weil diese mir im Jetzt nicht weiterhelfen und sich auch im Jetzt nicht beantworten lassen. Das braucht seine Zeit.Die Wahrscheinlichkeit, dass ich wieder an Gewicht stark zunehme, ist natürlich relevant. Aber ich bin zur Zeit in einer anderen Lebensphase. Einige Dinge wundern mich sehr. Ich hätte nicht gedacht, dass ich soviel Zeit hätte. Alles geht mir einfacher und schneller von der Hand. Somit bleibt plötzlich Zeit. Aber diese packe ich nicht voll. Ganz im Gegenteil. Ich versuche, den persönlichen Zeitgewinn weiter auszubauen. Denn Zeit für mich und die Menschen, die ich liebe, tut mit sehr gut. So gut, dass die Arbeit mir noch leichter fällt und noch schneller von der Hand geht.Eine Entwicklung, die mich positiv überrascht und zudem auch beeindruckt. Natürlich verändert sich auch mein Selbstwertgefühl sowie mein Körpergefühl. Mein ganzes Leben erscheint leichter, je leichter ich werde. Somit denke ich, dass ich zu meinem Geburtstag am 21. März mein großes Ziel erst mal erreicht habe. Aber hinter diesem Ziel erwartet mich jetzt schon gefühlt ein noch wesentlich schwereres Ziel, nämlich diese Konstitution zu bewahren und eher zu verbessern. Über einen Zeitraum von mindestens einem Jahr. Bis dahin müsste sich der Körper an das neue Leben gewöhnt haben.Es tun sich neue Perspektiven auf. Der Eitelkeit schmeichelt diese Entwicklung auch. Aber die größte Hoffnung setze ich in die Gesundheit. Denn ich mache das, um mit mir und einigen anderen noch viel sinnvolles, schönes und erstrebenswertes zu erleben. So lange es geht.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 14:38

Wahrheiten muss man vor allem ertragen können....

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 12:15

Mittwoch, 24. Februar 2010

„Der sagt doch die Wahrheit ...“

Fährt mich in München ein Mann an, als ich mit einem Freund auf dem Weg zum Stadion gehe. Genauer zum Treffpunkt. Es geht um Guido. Er hat mitbekommen, dass ich anderer Meinung bin. Das hat er gleich als Anlass genommen, mich in Guido Manier mitten in München lautstark anzugehen. Er dachte, wenn Guido das kann, dann kann er das auch. Die Menschen wehren sich ja nicht. In der Regel ziehen sich Menschen zurück, wenn jemand pöbelt. Das hat was mit dem Niveau der Auseinandersetzung zu tun. Aber ich bin leider die Ausnahme der Regel. Da ist der kleine Möchtegern Guido an den völlig Falschen geraten. So habe ich diesen Herren ca. 400 Meter lautstark mit Argumenten, Meinungen und was mir sonst noch so eingefallen ist, zugedeckt. Und zwar so laut, dass das in einem Umkreis von ca. 100 Metern jeder mitbekommen hat. Der Mann fuchtelte noch eine Weile mit seinen schwammigen Halbwahrheiten herum, mit diesen Pauschalisierungen und Angriffen, aber schnell ging ihm einfach die Munition aus und ich fuhr nur große Geschütze auf und ballerte die ganzen Magazine leer. Beflügelt wurde ich durch die Unterstützung der Passanten, die meiner Meinung waren. Die einen zeigten das deutlich, die anderen hielten sich vornehm zurück, denn ich pöbelte einfach um ein Vielfaches. Das ist so ein Guidolein nicht gewohnt. Der ist gewohnt, dass, wenn er seine primitive Stammtischscheiße vom Stapel lässt, um ihn herum alle nur Beifall klatschen. Von der anderen Meinung bekommt so jemand nichts mit. Wie auch, wenn man so laut ist. Grundsätzlich haben beide Guidos einen Fehler. Sie denken, dass sie so etwas wie die Wahrheit kennen, die jeder hören und verstehen muss. Das ist ein großer und sehr dummer Irrtum. Denn niemand kennt die Wahrheit, jeder ist gerade mal dazu in der Lage, seine Wirklichkeit zu be- und umschreiben. Nur die eigene Wirklichkeit hat nichts mit der Wahrheit zu tun. Der zweite wirklich große Fehler der beiden Guidos ist, dass sie ihre Position missbrauchen. Der eine durch sein Amt, der andere durch sein pöbeln. Und der dritte große Fehler ist die Diskriminierung. Das geht schon mal überhaupt nicht. Das macht man überhaupt nicht und ein Guido schon mal gar nicht. Und als ob das alles nicht reicht, sagt er auch noch polarisierende Lügen und Blödsinn. Denn er sagt: Menschen, die nicht arbeiten, können doch nicht mehr verdienen, als Menschen, die arbeiten. Lieber Guido, gerade in der Generation der Erben gibt es sehr viele, sehr reiche, die über Generationen nicht mehr arbeiten müssen und die haben viel mehr Geld, als alle, die du da an den Pranger stellst. Somit missfällt mir das Niveau, das eines gewählten deutschen Vertreters in der Öffentlichkeit nicht gerecht wird. Und noch eine Anmerkung, das viel zitierte spätrömische Reich ist ebenso wie das von Ludwig dem XIV. nicht am großen sozialen Engagement pleite gegangen, sondern daran, dass einige Wenige den gesamten Wohlstand auf sich bezogen haben. Und als der Hunger und das Elend so groß wurden, dass die Bürger dieser untergegangenen Zivilisationen keinen Ausweg mehr sahen, haben diese Bürger sich dieser Wenigen, die auf Kosten der Allgemeinheit lebten, einfach entledigt. Somit ist das alles nicht nur dumm, beleidigend, anmaßend und falsch, es ist auch noch diskriminierend. Eventuell hat aber Guido gefallen an Diskrimierung gefunden, dafür gibt es in seiner Biografie einige Hinweise. Auge um Auge, Zahn um Zahn.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 21:20

Sonntag, 21. Februar 2010

"We must act now or mankind is doomed"

"Save the newspaper!" - Wunderschön. Gefunden bei Knüwer.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:04

Montag, 15. Februar 2010

Studieren

Irrtümlicherweise glauben die Menschen, dass man an einer Universität studiert. Meine Lebenserfahrung sagt mir, dass die Studien an der Universität bei weitem nicht das beinhalten und umfassen, was man im Laufe eines Lebens studieren kann. Denn der Mensch besitzt die Fähigkeit, aber leider oft nicht die Bereitschaft, sein ganzes Leben als ein Studium zu betrachten.Man kann lernen, erlernen oder Erlerntes weitergeben. Die Summe der Dinge, die man studieren kann, ist unermesslich. Zudem kann man die Intensität des Studiums variieren. Das Schönste am eigentlichen Studium des Lebens sind die Studiengänge, die nicht auf dem Lehrplan stehen. Ich studiere für mein Leben gerne Menschen, Verhaltensmuster und Verhaltensauffälligkeiten. Mit welchem Verhalten Menschen versuchen, Komplexe zu kompensieren oder Anerkennung zu erhalten. Bestätigung zu erlangen. Bewunderung zu bekommen. Dem Geltungsdrang nachzukommen. Ihre Schwächen zu kompensieren. Die Stärken in den Vordergrund zu spielen. Macht auszuüben. Ticks auszuleben. Schuldgefühlen nachzukommen. Die Art, sich zu entschuldigen oder eben nicht. Danke sagen zu können oder auch nicht. Zu beobachten, wo die Aufmerksamkeit ist. Ausdrucksformen. Varianten der Körpersprache. Sendungsbewusstsein. Die Art zu lachen. Tonalitäten. Was die Gestik uns sagt. Wie der Geruchssinn beeinflusst wird. Der Mensch selbst ist das größte Studium. Dagegen ist alles andere ein Leichtes. Wie reagiert der Mensch auf was? Aggression. Wann fühlt er sich angegriffen, wann fühlt er sich wohl? Und dieses Studium ist unendlich, weil der Mensch in einem sich ständig wandelnden Umfeld sozialisiert wird. Somit ist er nie gleich, weil das Umfeld nie dasselbe ist. Der Einfluss von Herkunft. Der Einfluss des Lebenswegs. Der Einfluss der Zeit, in der dieser geprägt wurde, auf welchen Lehren seine Weisheiten beruhen. Für mich ist wirklich vieles interessant und auch das Studium der unterschiedlichsten Dinge über die gesamte Zeitachse und die geografischen Dimension, aber der Mensch ist dann doch mein liebstes Studium. Deshalb beobachte ich ihn auch so gerne und intensiv. Und wenn ich ihn in neuen Umfeldern beobachten kann, dann ist das, wie einen neuen Schmetterling entdeckt zu haben. Egal, ob im Fitnessstudio oder im Supermarkt, auf dem Wertstoffhof oder im Schwimmbad, im Fussballstadion oder im Zug, beim Friseur oder im Wartezimmer, es gibt keinen Ort, an dem man dem Menschen nicht etwas abgewinnen kann. Denn seine Art der Anpassung und des Verhaltens sind immer anders. Somit gibt es immer etwas zu studieren.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 15:50

Sonntag, 14. Februar 2010

Neulich an der Tanke: Hast du keine Augen im Kopf?

Ich füll Spritzwasser nach und bring die Gießkanne in den Laden zurück, da fährt mir einer fast übern Fuß. Es war früh, ich schlecht drauf, alles kalt, Tanke nervt und nun auch noch dieser Trottel, der mir fast über die Füße fährt. Ich also gepumpt und gepumpt und dann das ganze Programm: 1. Lautstärke: Max. Volume. 2. Duzen, ja nicht so tun, als ob solche Bastarde noch zur Zivilisation gehören. 3. Gestikulieren mit großen, ruckartigen und unkontrolliert wirkenden Armbewegungen (das wirkt irre und macht evtl. Angst). 4. Rhetorische Fragen, immer wiederholen, ohne auf Antwort zu warten. 5. Auf den Boden geworfen, als wär ich Canavaggio, hab ich mir diesmal erspart, aber sonst war alles perfekt. "Ja, spinnst du? Hast du keine Augen im Kopf? Bist du blind? Kannst du nicht Auto fahren? Gehts dir noch gut? Willst du mirs Bein brechen? usw.usf."
War ein schöner Moment der Menschheitsgeschichte: Dort der Trottel, hier ich, Krone der Schöpfung. Ich hatte gekämpft, für eine bessere Welt, und gewonnen. Beruhigt und befriedigt bin ich ins Auto gestiegen. War ein wunderbares Gefühl, gerade meinen heutigen Beitrag zur Erhaltung der Zivilisation geleistet zu haben. Irgendwie kam mir in den Sinn, wie der Typ da im Auto irgendwo so blöd gelacht hatte. Dieser ***** mit seiner dummen, blonden Mähne. In seinem F***-Mercedes, in seinem schw****. Ich muss übrigens erwähnen, dass meine Sehkraft mich verlässt. Ohne Brille ist alles nicht mehr wie früher. Als ich nachdenke, fällt mir nebenbei auf, dass ich den Typ im Auto nicht wieder erkennen würde. Nur diese Mähne vielleicht.
In diesem Moment fällt mir noch was ein. Nämlich, woran mich das erinnert, Mercedes, Mähne usw. Mein Nachbar sieht so aus und er hat auch ein Auto wie das! Und noch während mir das einfällt, hab ich gleichzeitig im Bauch ein ganz mieses Gefühl. Wenn das mein Nachbar war ..... dann hab ich grad meinen Nachbarn beschimpft. Fies, unflätig, ihn duzend, laut und alles in allem unzivilisiert. Shyce! In diesem Moment dreht sich die Geschichte. Mein Hochgefühl verschwindet, meine Überlegenheit ist weg. Ich finde mich einfach nur peinlich. Ich schäme mich. Mein Gott, ich hab meinen Nachbarn beschimpft. Und ich muss dazu sagen, er ist keiner, mit dem man mit zwei drei Bier alles regeln kann.

Interessante Erfahrung. Um es gleich zu sagen, er war es nicht. Ich hab ihn nämlich angerufen und gefragt, ob ich ihn eben an der Tanke beschimpft hätte. Nein, alles kein Thema, und selbst wenn, wir rasten ja alle mal aus usw. usf.
Das Interessante war, wie sich meine Bewertung geändert hat, als ich mir vorgestellt habe, mein "Opfer" wär jemand, den ich kenne. Nie im Leben würde ich wollen, dass mich ein Benkannter so erlebt. Denn ich bin nicht so resp. will so nicht sein. Aber warum bin ich es dann überhaupt? Eine ethische Frage.
Und es geht weiter. Es ist mir schließlich auch wichtig, dass mein Kind so etwas weiß und versteht. Als ich meinem Kind davon erzähle, meinte es nur, oh mein Gott, wie peinlich, wenn es wirklich der Nachbar gewesen wäre. Ich sagte, mein Problem wär ein ganz anderes: Wenn es Nachbarn gibt, denen gegenüber (m)ein solches Verhalten nicht okay gewesen wäre, dann ist es grundsätzlich und damit niemandem gegenüber okay. Doch das Kind versteht nicht. Es denkt, wenn ein Fremder sich blöd verhält, ist es okay, ihn zu beschimpfen. Ich fange seit Tagen immer wieder damit an. Das Kind bleibt bei seiner Meinung, und will inzwischen nicht mehr darüber reden. Das Kind will nicht einsehen, dass eine Privat-Ethik eine schlechte Ethik ist. Ganz einfach, weil sie - wie in diesem Fall - nie normativ werden könnte. Bin ratlos.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:38

Samstag, 13. Februar 2010

Mistr. Universum

Das Universum ist offenbar zwei Millionen Jahre älter als bisher gedacht. Mache mir Gedanken darüber, dass das so rein schlichtweg gar nichts bei mir auslöst. Die Leute, die sowas verlautbaren, müssen sich doch über die Relevanz von so ner Info Gedanken gemacht haben. Ich werd die Überlegung nicht los, dass es in irgendeinem Zusammenhang wichtig ist, das zu wissen. Weiß aber nicht, in welchem. Mache mir Gedanken, ob ich ungebildet bin oder so.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 02:34

Donnerstag, 11. Februar 2010

Auge um Auge, Zahn um Zahn und der Klügere gibt schon lange nicht mehr nach

Es färbt ab. All das, was zur Zeit passiert, färbt ab auf die Umgangsformen – die Unverfrorenheit, das Hinterlistige, das Distanzierte. Alle machen es vor, die Politik mit ihrer Dreistigkeit, die Wirtschaft mit ihrer Unersättlichkeit, die Medien mit ihrer Unmöglichkeit. Die leisen Töne gehen in dem Getöse unter. Freundlichkeit wird als Taktik bewertet. Es färbt ab bis auf die Schulhöfe, bis in die Unternehmen, bis in die Vereine. Ja, bis in die U-Bahnen und Straßen. Man gewährt nicht mehr dem Anderen den Vorrang, denn das entspricht einer persönlichen Niederlage. Sich zu behaupten, überlegen zu sein, ist zum Status geworden. Der Erfolg, der Sieg rechtfertigt den Einsatz aller Mittel. Die Dopingsünder des Alltags gehören schon längst zum selben. Es ist schade, mit ansehen zu müssen, dass es die Menschen trennt in harten Zeiten, dass es diese auseinander dividiert, anstatt das einzig Richtige zu tun – zusammenzukommen, zusammenzurücken und gemeinsam Sache zu machen.Die eigene Angst scheint dann doch so groß, die Angst vor dem Versagen, vor dem Scheitern, vor dem sozialen Abstieg, dass es zugeht, wie auf der sinkenden Titanic. Und niemand schreitet ein, aber alle wundern sich. Wenn man im Zug fährt, bemerkt man, dass Menschen sich persönlich bedrängt fühlen, wenn man gegenüber Platz nimmt. Dass Koffer und Taschen mehr Plätze belegen, als man Mitreisenden anbietet. Wenn man Auto fährt, spürt man körperlich die Aggressivität, mit der alle unbedingt schneller vorankommen wollen. Wenn man einkaufen geht, dasselbe Gefühl. Überall diese kleinen Wettbewerbe über Sieg oder Niederlage.Es ist zu einer Unkultur mutiert. Es ist ein Zeichen von großer Verunsicherung. Das alles hat die Menschen voneinander entfernt, anstatt in einer solchen Situation zusammenzustehen. Der Weg aus jeder Krise ist immer der gemeinsame. Miteinander kommt man aus jeder Krise. Der Weg in die Krise ist immer gepflastert von einigen Wenigen, die sich selbst bereichert haben. Die nur sich selbst gesehen haben. Das „Ich“ läßt uns in die Krise schliddern und das „Wir“ bringt uns da wieder raus.Ich mag diese Stimmung nicht. Den Tonfall. Die fehlende Wertschätzung. Das Menschen, das, was ihnen widerfährt, an andere weitergeben, anstatt selbst die Sollbruchstelle für ein solches unsoziales Verhalten zu sein. Alle wollen sich in die paar Rettungsboote retten und heil aus der Sache und der Zeit rauskommen. Nach ihnen die Sintflut. Um beim Beispiel der Titanic zu bleiben. Es hätten fast alle gerettet werden können, wenn man alle Rettungsboote mit Menschen gefüllt hätte und alles, was als Rettungsboot hätte dienen können, genutzt hätte. Aber damals wie heute verhalten sich Menschen und Systeme eben nicht so. Warum eigentlich? Warum sollen immer die anderen aus der Geschichte lernen und nicht wir? Mein einfacher Gedanke ist ein starkes ehrlichen Miteinander und Füreinander dazusein. Und wenn ich mich an diesem Gedanken entlang hangel, dann spüre ich, dass dieses Konzept funktionieren würde. Denn es hat schon funktioniert. Wieder und wieder. Aber muss es immer erst zum Äußersten kommen. Offensichtlich ja.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 12:38

Dienstag, 9. Februar 2010

CD oder nicht CD – Das ist die Frage

Die Frage, die viele Menschen beschäftigt, die sonst keine Sorgen haben, lautet: Soll der Staat die CD mit Adressen von Steuersündern kaufen oder nicht? Die Argumente dafür sind in der Menge ebenso viele, wie die Argumente dagegen. Die Argumente dagegen klingen alle logischer, die dafür gerechter. Somit scheint das dafür und das dagegen eine Entscheidung zwischen Kopf und Bauch zu sein. Zwischen Ratio und Emotionen. Da ich eher ein Bauchmensch bin, neige ich zum „kaufen“. Denn mein Gerechtigkeitssinn sagt mir, wir leben nach Regeln und das System funktioniert nur, wenn wir uns alle an diese halten. Wenn es aber ein Privileg ist, von viel Geld verhältnismäßig wenig Steuern zu zahlen mit Hilfe von krimineller Energie, dann plädiere ich dafür, hier für Gleichheit vor dem Gesetz zu sorgen. Womit ich schon in den nächsten Diskurs schliddere, denn Gerechtigkeit hat nichts mit Recht vor dem Gesetz zu tun. Der Verkäufer erhält die stattliche Summe von 2,5 Mio. Euro. Das würde bedeuten, wenn ich 1.000 Steuersünder mit einem Steuervergehen von jeweils 5 Euro auf eine CD pressen würde, müsste mir der Staat für die CD dasselbe zahlen. Denn der Rechtssprechung ist die Höhe der Steuerhinterziehung vor dem Gesetz egal. Ihr geht es um den Tatbestand der bewussten kriminellen Handlung , die zum Zweck, sich selbst zu bereichern und dabei billigend in Kauf nehmen, die Allgemeinheit schädigen. Aber der Staat würde mir für die CD sicher nicht die Summe zahlen und der Allgemeinheit wäre der Preis auch sicher zu hoch. Somit geht es nicht um Recht und Gerechtigkeit, sondern es scheint da eine gehörige Portion von Neid und Gier mitzuschwingen. Man redet von „den Reichen“. Das gefällt mir zum Beispiel überhaupt nicht, weil es eine Verallgemeinerung darstellt, die sicher ebensowenig zutrifft, wie die Behauptung, dass alle Arbeitslosen Sozialschmarotzer sind. Denn auch hier sind diejenigen in der Minderheit, aber sorgen leider dafür, dass es allen anhängt. Warum zahlen Menschen eigentlich nicht gerne Steuern? Weil alle das Gefühl haben, die Steuern wären nicht gerecht. Man zahlt zu viel. Es ist zu kompliziert. Die Steuern werden nicht so verwendet, wie es sein sollte. Das muss so sein, denn man kennt niemanden, der nicht über die Steuerlast und die Ungerechtigkeit klagt.Der Staat sorgt nun aber nicht für ein gerechteres Steuerempfinden, sondern ganz im Gegenteil, er wirkt gierig beim eintreiben und dem erfinden und entwickeln von neuen Einnahmequellen, die den Steuerzahler belasten. Somit scheint ein wahrer Krieg entfacht zu sein zwischen den Eintreibern und den Steuerzahlern. Die einen versuchen, so viel zu bekommen, wie es geht – mit allen Mitteln. Die anderen versuchen, so wenig zu zahlen, wie es geht – mit allen Mitteln. Das ist die Kultur. Und in diese Kultur fällt nun der Kauf der CD. Was den Rechtsstaat gefühlt in einem anderen Licht erscheinen lässt und was die inquisitiorische Vorgehensweise nur untermauert. Nur dass es diesmal keine Hexenjagd ist, sondern dass es die so genannten „Reichen“ erwischt. Das stört mich ungemein. Aber das stört mich auch an anderen Stellen. Der Staat treibt Geld ein und zwar auf eine Art und Weise und mit dem Einsatz von Techniken, dass der Zweck aus meiner Sicht nicht die Mittel heiligt. Statt für ein gerechtes Steuersystem zu sorgen, das kinderleicht zu verstehen und zu bedienen wäre. Eine intelligente und sinnvolle Verteilung von Steuergeldern mit hoher Transparenz würde genau für die Glaubwürdigkeit sorgen, die an allen Ecken und Ende fehlt.Ich finde die Kultur, dass die einen nur darüber nachdenken, wie man den Staat besser bescheißen kann und dass der Staat nur darüber nachdenkt, wie man den Bescheißern auf die Schliche kommt unerträglich. Ich würde lieber in einem Land leben, in dem die Menschen gerne Steuern zahlen, weil sie überzeugt sind, dass diese nicht nur gerecht sind, sondern dem Staat, also den Bürgern, wirklich dienen.Somit sollte der Staat nicht nur in die Verfolgung von möglichen Steuersündern investieren, sondern auch in das Vertrauen, denn sonst geht das steuerrechtliche Aufrüsten weiter und weiter. Das gefällt mir persönlich überhaupt nicht, denn es fördert den Denunzianten, was ich als unerträglich empfinde. Es verschärft die Vorgehensweise auf beiden Seiten. Denn eins ist mal klar, Steuerhinterziehung bei den Summen lohnt sich immer. Denn diese Menschen haben so viel Geld, dass diese über eine Selbstanzeige und eine sofortige Zurückzahlung mit maximal einer Bewährungsstrafe davonkommen. Wer sich das nicht leisten kann, der würde das Risiko sicher nicht eingehen, weil er sonst nämlich selbst eingeht. Und das alles kann doch kein Zu- und Umstand in einem Land sein. Deshalb plädiere ich für eine Kultur der gerechten Steuern. Dann minimiert sich die kriminelle Energie von selbst.Das ist wie bei einer Bottleparty. Der Deal ist klar. Jeder bringt was mit und somit was ein. Wer viel hat, bringt mehr mit, wer weniger hat, weniger. Trotzdem ist immer das Ziel, eine geile Party zu feiern. Es kann nicht sein, dass die einen feiern auf Kosten der anderen. Das macht man nicht. Aber es ist zur Kultur geworden und mein Gefühl sagt mir, dass der Staat daran mehr schuld ist, als ihm lieb ist. Denn er agiert mit derselben Energie, wie diejenigen, die er verfolgt. Aber trotzdem bin ich dafür, die CD zu kaufen. Denn mein Gefühl sagt mir, dass diese Käufe die Steueroasen trockenlegen. Und das ist gut so.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:23

Montag, 8. Februar 2010

Es gibt immer Gewinner

Egal, welche Zeit gerade ist, in welcher Situation man gerade steckt. Eine Wirtschaft. Eine Gesellschaft. Egal, wie gut oder schlecht es gerade läuft. Wo es Verlierer gibt, gibt es auch Gewinner. Verblüffen kann nur das Verhältnis. Dieses ist oft nicht gleich, sondern stark verschoben. Man hat das Gefühl, dass auf viele tausend Verlierer ein Gewinner kommt.Das sind die Nebenwirkungen unseres Systems, das alles optimiert und das am liebsten alles mit Reduzierungen bewerkstelligt. Wer immer mehr Gewinn machen will, kann das nicht ewig aus Wachstum generieren. Irgendwann kommt der Punkt, an dem Märkte gesättigt sind. Die Gabe, auch in gesättigten Märkten mit Innovationen für immer neue Impulse zu sorgen, ist ein sehr seltenes Mittel, das nur vereinzelt zum Einsatz kommt. Der große Rest macht das, was er am besten kann: sich den Gewinn ersparen. Und zwar am besten und am liebsten da, wo es einen selbst nicht betrifft. Das heißt, die Entwicklungskosten, die Herstellungskosten, die Betriebskosten, die Marketingkosten, die Vertriebskosten, die Versandkosten, die Personalkosten, die Rohstoffkosten, die Bestandskosten, die Energiekosten ... alle Kosten, die als Kosten erfasst werden, weit zu verringern – weit über den Punkt hinaus zu verringern, der für uns zu denken möglich ist.Es ist wie ein Kartenhaus, aus dem man einzelne Karten herauszieht, immer mehr und mehr. Das Wunder ist nur, dass so viele Karten aus dem Kartenhaus gezogen wurden und werden, dass dieses offensichtlich längst hätte zusammenfallen müssen. Aber es fällt nicht. Warum, weiß ich nicht. Es fällt nicht zusammen. Warum fällt es nicht zusammen?

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:33

Freitag, 5. Februar 2010

Menschen, über die man besser nichts sagt

Es gibt Menschen, über die sagt man in der Öffentlichkeit besser nichts. Gar nichts. Nicht Gutes, nichts Schlechtes und auch nichts Neutrales. Denn allein das Erwähnen bringt einen in die Bredouille. Was für einzelne Menschen zutrifft, trifft auch für bestimmte Paare, Menschen und Gruppen zu. Bis zu großen Gruppierungen. Nennen wir es mal große Gruppierungen.Wenn man über solche Personen spricht, über die man nicht sprechen sollte, dann bewirkt es in der Regel das Gegenteil dessen, was man eigentlich im Sinn hatte. Denn jede Art von Berichterstattung hat eine gewisse Aufmerksamkeit zur Folge. Im Internet kann man diese Spur sogar sehen und nachverfolgen – und sie bleibt bestehen. Darum rede ich über bestimmte Menschen, Paare, Gruppen oder große Gruppierungen nicht, denn ich will diesen keine unnötige Aufmerksamkeit widmen. Zudem sind einige davon keine leichtzunehmenden Lebensgenossen. Ganz im Gegenteil.Auf vielen Webseiten wird genau über diese Menschen geschrieben. Bei mir nicht. Oder über das, was diese Menschen tun oder wofür sie stehen. Man erregt sich. Empört sich. Haut drauf. Und? Nichts passiert. Außer, dass man dadurch selbst ins falsche Licht gerückt wird. Das Internet zensiert, ohne zu zensieren. Es sagt nicht, schreibe nicht darüber, aber wer ein wenig nachdenkt, der weiß, welche negativen Folgen das haben kann, wenn man es dann doch macht.Das ach so freie Internet hat somit dann doch Grenzen, die man besser nicht überschreitet. Einige der zentralen Themen muss man auf einer solchen Internetseite kategorisch ausschließen, denn diese locken Traffic an, den man nicht wirklich will. Ich sage nur: Die Geister, die ich rief. Das Internet verändert das Schreiben – vor allem, wenn man gefunden werden will. Gern würde ich mich über den einen oder anderen Zeitgenossen auslassen. Sicher würde das zu großer Erheiterung und Anteilnahme führen, aber ich lasse es besser. Schade eigentlich, denn mir fallen spontan einige ein, die ich gerne mal Buchstabe für Buchstabe zerlegen würde. Aber ich lass das. Wirklich. Oder? Ja!

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 08:33

Mittwoch, 3. Februar 2010

Der leise Abschied – Der Einzelhandel löst sich auf

Ich weiß nicht, wem es schon aufgefallen ist, aber der Einzelhandel gibt auf. Er kapituliert vor dem Internet. Es ist zwar kein geordneter Rückzug, aber es ist einer. So fallen einem Einzelhandelskonzepte auf, die einem nur noch Kopfschütteln abverlangen. Man spart an allem, was geht, um betriebswirtschaftlich überhaupt noch in die Nähe von so etwas wie Gewinn zu kommen.Am meisten spart man an Ware. Es gibt keinen Warenbestand mehr, sondern nur noch so wenig Ware wie möglich, denn Ware bedeutet Kosten und Kosten kann sich im Einzelhandel niemand mehr leisten. Man stelle sich mal vor, ich war in vier Spielwarenläden, um ein Starwars-Kostüm für meinen Sohn zu kaufen und es gab in allen vier Läden zwei Wochen vor dem Höhepunkt des Karnevals, hier Fasching genannt, kein einziges Laserschwert mehr. Alle ausverkauft. Somit bleibt mir nichts anderes übrig, als diese Dinge und alles andere eigentlich auch im Internet zu kaufen. Das Zweite woran gespart wird, ist das Personal. Da gibt es Verkaufsflächen von über 2.000 Quadratmetern und da irren nur verzweifelte Eltern herum, die nichts finden. An der Kasse verstecken sich zwei Damen, eine davon ist in der Regel der deutschen Sprache nicht mächtig und diese begleitet eine große Angst, von Kunden angesprochen zu werden. Ich erspare ihr das, diesem letzen Mohikaner des Einzelhandels, und gehe unverrichteter Dinge.Und auch hier spare ich mir im Internet die nicht vorhandene Fachhandelsberatung, denn die gibt es dort auch nicht. Doch mal ehrlich: was für einen Beratungsbedarf hat man beim Erwerb eines Laserschwerts? Keinen. Zudem ziehen die größeren Läden immer mehr in billige Randgebiete, in den Innenstädten sind dann nur noch Pizzaläden mit Pizza zum mitnehmen anzutreffen oder andere seltsame Läden, die entweder nur Handys verkaufen oder Apotheken oder Bäcker sind. Es fällt auf, dass es davon jede Menge gibt. Wer also Tabletten und Brot braucht, der könnte auf das Internet noch eine Weile verzichten. Alles andere bekommt er schneller, einfacher, komfortabler und günstiger im Internet. Ein wenig schade, aber wenn man sich so sang- und klanglos, so ideenlos und kraftlos verhält, dann wird man zunehmend überflüssig.Der Einzelhandel macht das wunderbar vor. Man fährt hin, sucht einen Parkplatz, zahlt stundenweise, läuft durch die Kälte, um in jedem Laden zu hören, haben wir nicht. Sehr amüsant ist das Angebot, das können wir bestellen. Das ist dann in ein paar Tagen, oder 14 Tagen, da. Meine Antwort lautete da nur: machen Sie sich keine Mühe, ich kann das auch bestellen und zwar im Internet, dann ist es in 24 Stunden da und zwar bei mir zu Hause und zwar das Beste und das auch noch günstiger. Also, wenn es da draußen einen Einzelhändler gibt, der keine Lust hat, sang- und klanglos das Feld dem Internet so ganz ohne Ideen und Gegenwehr zu räumen, der kann sich ja mal bei mir melden. Mir fällt da bestimmt was ein. Ganz bestimmt. Ich muss nur den gesunden Menschenverstand einschalten, denn eigentlich gehen die Menschen ganz gerne mal einkaufen und bekommen, was sie wollen. Man bewegt sich, trifft ein paar Menschen und es ist auch sonst ganz schön. Denn so vor dem Rechner ist es doch ziemlich einsam und langweilig, auch wenn alles klappt. Das könnte eine Chance sein.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 14:18

iPad Keynote Kurzversion (big fun)

Ich weiß, alle lieben Apple und so ... aber das ist zum Piepen, nehmt's mit Humor.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 01:11

Dienstag, 2. Februar 2010

Resistent

Abwehrkraft. Undurchlässig. Abstoßend. Es gibt Menschen, die sind durch und durch resistent. Da helfen keine Argumente, nicht mal Beweise. Die völlige Ablehnung des Anderen liegt hier in der Natur der Sache. Wiederum gibt es Menschen, die es genau solchen dann doch beweisen wollen. Es scheint wie eine Lebensaufgabe, so etwas wie Veränderung oder Einsicht zu bewirken. Und so beginnt ein langer ausdauernder und intensiver Schlagabtausch, mit dem immer selben Ergebnis: Nichts hat sich bewegt, geschweige denn verändert. Auch das liegt in der Natur der Dinge. Somit verwundert nur die Menge an sinnlos vergeudeter Energie, denn beide haben dabei unglaublich viel Energie und Zeit investiert und verloren. Und das wie zu erwarten ergebnislos. Es scheint eine Art Beschäftigungstherapie. Da haben sich zwei gefunden, die diesen sinnlosen menschlichen Schlagabtausch brauchen, wollen, ja sogar genießen. Ich glaube, dass Menschen, die resistent sind, dies wie eine Sucht auskosten, pflegen und nähren. Denn diese offensichtliche geistige Unbeweglichkeit ist im Prinzip ja nicht unbeweglich. Sie muss sich ständig den Argumenten und Beweisen erwehren. Das ist aufwendig und anstrengend. Das ist fast so, als ob man sich in unzähligen Lügen zu verstricken droht. Man muss sich unglaublich viel merken, um seine Position aufrecht erhalten zu können. Würden nun resistente Menschen diese Position einfach an den Nagel hängen und dieselbe Energie in andere produktivere Aspekte des Lebens investieren, käme das denselben und allen anderen mehr als zu gute. Denn das einzig blöde an dieser resistenten Haltung ist, dass sie nichts Positives und Produktives schafft, sondern nur auf einem einzigen Standpunkt beharrt. Und ob es das wert ist, vermag ich zu bezweifeln.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 19:15

Montag, 1. Februar 2010

Minus 26,5 Kilo

Es ist mal wieder so weit. Es ist mal wieder Zeit. Höchste Zeit. Ich habe in der Vergangenheit so viel in mich hineingefressen und getrunken, dass dieses unübersehbare Spuren hinterlassen hat. Noch schlimmer, es hat sich negativ auf meine physische und psychische Verfassung ausgewirkt. Schlimm, wenn man so ehrliche Freunde hat wie einen Arzt, der einem dann sagt: “Du hast nichts am Kopp!“ Nimm mal 20 Kilo ab, mache Sport und lass mal den Alkohol weg. Und in 3 Monaten rufst Du mich zu diesem Thema noch mal an. Wetten, Du rufst mich nicht an? Weil alles wieder so ist, wie es sein soll?Mist! Natürlich hat er Recht. Das ist ja das Schlimmste an fehlender Konsequenz, vor allem bei einem selbst. Warum kann man sich um alles und alle anderen besser kümmern, als um sich selbst? Das ist und bleibt mir unerklärlich. Die Macht der Gewohnheit? Sicher. Aber ist das bei solchen negativen Veränderungen wirklich ein aufrecht zu haltendes Argument? Nein. Sicher nicht. Vor allem, wenn man an alles andere Ansprüche stellt, die man offensichtlich nicht an sich selbst stellt. Das macht einen nicht nur unglaubwürdig vor anderen, sondern auch vor einem selbst. Somit habe ich am 4. Januar angefangen, wieder der Alte zu werden. Der Alte ist wesentlich jünger, wiegt nur 79 Kilo, ist fit wie ein Turnschuh und genießt gerne, aber in Maßen. Dann ist es auch noch als Genuss zu bezeichnen. Alles andere ist Konsum, bis hin zu Sucht. Aber sicher nicht Genuss.Ich habe ja mal geraucht, so ca. 20 Jahre lang, und im Jahr 2000 habe ich an einem Montag einfach aufgehört. Die Lust und die Argumente waren weg. Da wachte ich auf und wollte meiner Gewohnheit nachgehen und diese erschien mir plötzlich als so absurd, dumm und kindisch, dass ich es einfach nicht mehr machte. Seitdem habe ich keine Zigarette mehr geraucht. Was nicht heißt, dass ich nie mehr rauchen könnte, würde, sollte oder dürfte. Nein. Aber solange mir die Argumente fehlen, warum sollte ich es aus mir heraus wieder tun. So in etwa hoffe ich, könnte es sich mit meinem Wechselspiel aus Bewegung, Ernährung und Alkohol verhalten. Bis dahin ist noch ein weiter Weg, aber auch hier gilt: die Hoffnung stirbt zuletzt. Jedenfalls habe ich seit dem 4. Januar keinen Alkohol mehr getrunken. Es wird im Laufe der Zeit Ausnahmen geben und es wird auch wieder die Zeit kommen, wo der Genuss in Maßen wieder ein Teil meines Lebens sein soll, aber bis dahin kann ich auch ohne. Zudem habe ich angefangen, täglich Sport zu betreiben. Jeden Tag zwischen 1 Stunde Ausdauertraining und 1 1/2 Stunden, wenn Krafttraining dazu kommt. Das mache ich seit dem 12 Januar. Das Ergebnis bis heute ist minus 11,1 Kilo in 26 Tagen. Und die Parameter verändern sich in die richtige Richtung. Muskeln kommen hinzu, Fett wird abgebaut. Das entwickelt sich alles ganz gut. Sein Leben einfach von passiv auf aktiv umzustellen, gelingt einem nur, oder einfacher, wenn das Umfeld mitspielt. Denn es gehört mehr dazu, als man denkt. Das Essen, das Kochen, das Einkaufen, der Sport, der ganze Tag und auch die Nacht verändern sich schlagartig. Plötzlich muss man jeden Morgen eine Sporttasche packen. Und vieles mehr. Bis heute kann ich nur sagen, ich fühle mich auf dem absolut richtigen Weg und hoffe, dass es so bleibt. Denn ich wünsche mir die Energie und die Konstellation des alten Hintze zurück. Ich kann es gut gebrauchen. Und ich hoffe, dass sich damit auch der Umgang mit allem, was mich tangiert, oder auch nicht, damit energetisch verbessert. Positiver. Das mich nicht mehr so viel runter zieht, sondern im Gegenteil. Somit kann ich nach dem Monat 1 schon mal sagen: es sind nur noch 15,4 Kilo zu gehen. Dann hätte ich mein Traumgewicht von 79 Kilo zurück. Und auch sonst müssen sich alle meine physischen und psychischen Parameter so verändert haben, dass ich den einleitend beschriebenen Anruf sicher vergessen habe. Oder es mir nur noch ein „Danke“ entlockt.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 08:52

Sonntag, 31. Januar 2010

Mutti kauft sich das iPad

Tut mir leid, liebe unbekannte Internetfreunde, aber ich muss die überwältigende Begeisterung für das iPad leider ein bisschen trüben. Hinter diesem Link lesen Sie, was man als Spielverderber über das iPad sagen könnte. Am Beispiel von Mutti, die einfach ein paar simple und ganz alltägliche Dinge mit dem Ding machen wollen könnte.
(arme Mutti)

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:18

Samstag, 30. Januar 2010

Wie entsteht Geld?

47 Minuten, die sich lohnen: Geld als Schuld.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 00:26

Donnerstag, 28. Januar 2010

Einmal Imagepflege mit extra Glanz

Angenommen, ich wär eine Suchmaschine, die alles hortet, was sie an Daten kriegen kann. Die den Eindruck macht, als wollte sie sich alles an Medien einverleiben, was ins Internet passt. Der Privatsphäre im Zweifel wurscht ist. Aber man weiß es nicht, weil mans einfach nichts weiß. Ich hätte eine fast schon dämonisch coole Pressesprecherin, an der würde alles abperlen, und zwar unbeachtet und unbeantwortet abperlen, was an blöden Fragen zum Datenschutz und zum potenziellen Missbrauch von Nutzerprofilen kommen könnte.
Angenommen, ich wär eine Suchmaschine, die sich blöderweise auch sagen lassen müsste, dass bei Verknüpfung auch nur eines Bruchteils der Daten, die ich zur Verfügung habe oder haben könnte, jede Privatsphäre meiner Nutzer völlig dahin wäre. Aber völlig. Und dann hätte ich plötzlich das lästige Problem, dass viele mögliche Kunden meine tollen, funktionalen und natürlich kostenlosen Programme nicht nutzen würden, weil sie meinem Umgang mit dem Datenschutz nicht trauen. Die Leute würden zum Beispiel sagen: Nein, das Handy hol ich mir nicht, nein, den Browser nutze ich nicht, nein, das Betriebssystem kommt mir nicht ins Haus, weil ich nicht weiß, was die da mit meinen Daten machen.
Was könnte ich nun tun, um mein Image aufzupolieren?
Naja, ich könnte zum Beispiel in einem Markt, in dem ich eh viel zu wenig verdiene und der mich sowieso nervt, ganz heldenhaft und demonstrativ ein Exempel statuieren. Ich könnte dem dortigen Zensur-Regime Vorwürfe machen, dass sie böse sind, und damit drohen, dass ich mich aus dem dortigen Markt zurückziehe. Ich könnte das alles ein bisschen zu laut und öffentlich tun, so dass jeder Depp kapieren würde, dieses Regime ist böse und ich bin gut. Und dann würde plötzlich keiner mehr so richtig über mich nachdenken. Irgendwie wär das geil.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:53

Sonntag, 24. Januar 2010

Alain de Botton

"Ich kann mich nicht erinnern, in den angeblichen Boomjahren besonders glücklich gewesen zu sein, also was soll dieses Krisengerede?"

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 12:56

I have a dream – but not here ...

So macht man sich Freunde und bereitet anderen Freude. Man stelle sich mal vor, Martin Luther King hält eine der eventuell fünf wichtigsten Reden der Welt, die jemals in der Öffentlichkeit gehalten wurden. Reden, die für Freiheit, Gleichheit und Demokratie als Grundsatzrede zu bewerten sind. Nämlich diese: I have a dream!Eine Rede, die für die Menschheit gedacht war und ist und zwar damals, heute und bis in alle Ewigkeit. Eine Rede, die mit dem Ausspruch „I have a dream“ bis heute einen Nachklang findet. Und diese Rede könnte man sich theoretisch immer und überall im Internet ansehen und anhören. Theoretisch. Wenn da nicht ein Unternehmen irgendwelche Rechte darauf hätte und deshalb diese Rede in Deutschland nicht öffentlich ist. Wir reden über China. Wir reden über Zensur in anderen Ländern. Wann reden wir denn mal über unser Land? Das Land, in dem Menschen nicht die Rede von Martin Luther King sehen und hören dürfen, weil kommerzielle Rechte vor Grundrechten stehen. Welche Rechte hat das Unternehmen an dieser Rede? Das wäre ja so, als ob ich mir das Grundgesetz schützen lasse und somit niemand mehr Zugriff darauf hätte. Ja, außer er zahlt dafür. Die Demokratie ist bei weitem nicht so sehr gefährdet durch Terroristen, viel mehr durch so etwas. Wenn wir nicht mal mehr die Idee, den Kampf, das Streben und den Weg dessen verstehen, sehen und erleben dürfen, auf dessen Fundament unsere Freiheit heute steht, dann dürfen wir uns nicht wundern, wenn es schon bald um unsere Demokratie schlecht bestellt ist. Denn Reden von Hitler zum Beispiel, die kann man problemlos sehen und hören. Somit dient eine solche Situation dem Gegenteil, was uns Wirtschaft und Politik glauben machen wollen. Freie Marktwirtschaft. Soziale Marktwirtschaft. Diese Begriffe erscheinen in einem ganz anderen Licht, wenn man so etwas sieht. Es ist doch bedenklich, wenn Kinder Hitler hören können, aber Martin Luther King nicht. Und der Preis, den diese Menschen für unsere Freiheit bezahlt haben, ist hoch genug, dass sich heute daran nicht noch Unternehmen materiell bereichern können sollten.

Geschrieben von Redaktion in Fight-Club um 11:23

Donnerstag, 21. Januar 2010

Christof Hintze und Hans Sigl Live. Am 6. März 2010 In der alten Brauerei in Stegen am Ammersee. Hintze und Sigl: Nichts bleibt wie es ist.

Das musste ja irgendwann passieren. Leider oder zum Glück – das wird sich noch zeigen. Einige warten schon seit über 15 Jahren darauf, dass ich diesen Entschluss fasse und es endlich mache. Ich selbst wollte eigentlich nie dem Versuch unterliegen, eventuell zu einer öffentlichen Person zu mutieren. Das Leben inkognito war und ist für mich immer erstrebenswerter. Aber so ändern sich die Zeiten und was kümmert mich mein Geschwätz von gestern. Und eigentlich ist Hans schuld. Hans Sigl. Er ist ein Freund und zudem Schauspieler. Im Fernsehen. Er brachte den Stein ins Rollen. Als er an einem der vielen geselligen Abende die Idee auspackte: “Komm, wir machen ein Bühnenprogramm“.Ich war zu diesem Zeitpunkt emotional nicht ganz stabil und reichlich Alkohol steuerte den Rest zum Übermut dazu, so dass ich wie selbstverständlich sagte: „Klar – machen wir.“Wenn wir es am nächsten Tag einfach vergessen hätten, hätte ich mich auch nicht daran erinnert. Es wäre eine weitere der vielen Ideen gewesen, die schön klingen, denen man aber nicht mit der nötigen Konsequenz nach geht. Diesmal lag der Fall aber anders.Nicht nur die wagemutige Idee war geboren, irgendwie gingen wir beide sicher davon aus, dass wir diese auch Wirklichkeit werden lassen wollen. Sogar im ausgeschlafenen, nüchternen Zustand! Es geht sogar noch weiter, denn ab diesem Zeitpunkt begann für mich die Vorbereitung. Diese verfolgt zwei Aspekte. Zum einen, mich körperlich in Form zu bringen. Denn was liegt näher, sich physisch und psychisch ins Gleichgewicht zu bringen, wenn man beabsichtigt, einer gewissen Öffentlichkeit zu begegnen. Also, wenn ich auf eine einsame Insel müsste, hätte ich mir sicher andere Vorsätze gemacht.Somit habe ich mir bis zum 6. März Ziele gesteckt und natürlich darüber hinaus, in welchem menschlichen Format ich auf einer Bühne erscheinen will. Und ich arbeite hart daran, dieses bis dahin zu erreichen. Der zweite Aspekt der Vorbereitung bezieht sich auf das Bühnenprogramm selbst. Denn wir beide können alles so machen und lassen, wie wir es wollen. Kein Management drängt uns. Keine Quote zwängt uns ein. Nichts. Was ihr wollt oder wie es euch gefällt. Das gefällt uns beiden am besten. So verzichten wir konsequent auf alles, was wir nicht wollen und versuchen, das ins Programm zu integrieren, auf das wir eigentlich gemeinsam heraus wollen. Das Witzige daran, es ist wie bei Kindern, wenn man sie fragt: "Na, was wollt ihr spielen?" In der Regel kommt die Antwort: Weiß ich nicht. Zu viel Freiheit kann echt anstrengend und belastend sein. Es ist schon einfacher, wenn einem immer einer sagt, was man tun oder lassen soll. Hans hat sich zudem erbarmt, mich bei meinen körperlichen Zielen zu unterstützen. Das rechne ich ihm hoch an, denn seine Zeit ist auch knapp bemessen. Meine und Hans Gedanken zum Bühnenprogramm waren erst etwas vernebelt, werden aber von Tag zu Tag klarer. Warum macht er das? Vor allem mit mir? Er ist erfolgreicher Fernsehschauspieler und ich ewig kämpfender Werber. Ich habe die kritischen Gedanken irgendwann einfach bei Seite geschoben und mir gedacht – das ist eine Chance. Nicht mehr und nicht weniger. Und es ist eine gute, denn ich habe einen Profi und Freund an meiner Seite und ich selbst bin sicher nicht auf den Mund gefallen.
Das wirklich interessante an unserer Idee: Es ist wie Soufflé zubereiten. Das kann gelingen, muss aber nicht. Denn wir wollen die Gewohnheiten außer Kraft setzen. Diese einstudierten Programme. Diese Witzeerzähler zum einen und zum anderen die Promotoren für neue Bücher und Filme und alle die, die so gern im öffentlichen Glanz erscheinen. Denn eigentlich ist das Gespräch das zentrale und wichtigste Kommunikationsmittel. Das Sprechen. Das sprechen darüber. Und das miteinander sprechen. Die höchste kulturelle Form der menschlichen Kommunikation ist das Gespräch. Und jeder weiß, was nicht sprechen oder nicht miteinander sprechen für Folgen hat. Meist negative. Und es gibt eine Reihe von Gedanken, Themen, Gefühlen, Ängsten, Befürchtungen, Lust und Lustigem, über das sich das Reden lohnt. Nicht nur für einen selbst, sondern auch für das Gegenüber.Ich nenne das reflexartige Reflexion in seiner höchsten Form. Einfach seiner Plausibilität folgen und vertrauen. Seinem gesunden Menschenverstand eine Ausdrucksform zu verleihen. Das Leben reflektieren scheint mir sehr wichtig. Alles nicht einfach geschehen lassen, sondern reflexartig zu fragen: Was soll das? Was ist das? Was bedeutet das? Was kann das? Wer ist das? Wie ist das? ...Ich habe das aus Spaß und Lust zu einem Hobby gemacht. Selektive Wahrnehmung. Nicht mehr nur das Große und Ganze wahrnehmen, sondern alles im Detail zu zerlegen. Immer mehr und immer tiefer. Mir bereitet das eine unglaubliche Freude und ich mache das schon ca. 40 Jahre. Schon als Kind bin ich den Sachen auf den Grund gegangen und das Interesse an den Dingen des Lebens brennt bis heute in mir. Das ist das Potential, das auf der Bühne zur Entfaltung kommen soll. Ja, aber wenn ich auf unerwartete Hindernisse treffe, wie z.B. eine Blockade oder so. Aber das kann ich mir nicht vorstellen. Dafür kommuniziere ich wirklich zu gerne. Mit Hans an meiner Seite habe ich viele Vorteile auf einmal. Der wohl größte, wir ticken gleich laut und in die gleiche Richtung. Wir spielen uns die rhetorischen Bälle mit sehr großer Lust und noch mehr Spaß zu. Das hat man nicht oft und deshalb scheint das ein großes gemeinsames Potential zu sein. Ob es zum Tragen kommt, wird sich zeigen. Zum anderen ist er mit der Bühne bekannt, mit Publikum, mit allen Weg- und Unwägbarkeiten der Bühne. Das sollte mir eigentlich Sicherheit geben. Und der größte Trumpf, er ist ein Freund und somit gibt es ein Urvertrauen, dass – egal, wie es läuft – wir das überleben.Ich freue mich wie ein Kind darauf. Denn, was wir machen und wie wir es machen wollen, finde ich fantastisch. Und ich hoffe, dass der Funke auf das Publikum

überspringt und auch der unglaubliche Spaß, den wir beide dabei haben. Also, am 6. März 2010 ist es dann soweit. Premiere. Hintze und Sigl. Nichts bleibt wie es ist. Wir freuen uns. Vor allem auf unser Publikum.
Ach so Karten gibt es hier: Alte Brauerei Stegen am Ammersee.
Und eine Webseite gibt es natürlich auch: www.hintzeundsigl.net
Ach so, was machen wir überhaupt? Wir geben einen LIVE-SATIRE-TALK zum Besten.

Geschrieben von Christof Hintze in Hintze und Sigl LIVE um 10:47

Dienstag, 19. Januar 2010

"Mann, ist das münchen!"

Hiermit beantrage ich Wortgebrauchsmusterschutz für die Verwendung des Wortes "münchen" als prädikatives Adjektiv.
Bedeutung: "münchen" ist alles, was nach vorne schön schicki tut, in Wahrheit aber nur fauler Zauber ist.
Beispiele: Moosi, der Tolle, kauft sich Straßenjungs, ganz erbärmlich. Hohlmeier (ich meine, da sagts schon der Name), die Tolle, und ihre Affären in der Zeitung, ganz ganz arm. Seehofer, der Familienmensch, müssen wir nicht drüber reden. Überhaupt, das ist das beste Beispiel: Du sagst einen beliebigen Namen, und jeder winkt ab, ach der, ach die! Weiß doch sowieso jeder, wer oder was gemeint ist. Mehr Stichworte:

Transrapid, ist das nicht münchen? Ja klar ist das münchen.
Erinnert sich noch jemand an die Landeswohnungs- und Städtebaugesellschaft LWS? Das ist voll münchen!
Siemens, vor drei Jahren oder so (warum hat uns das nicht so richtig überrascht damals?), das ist auch ziemlich münchen.
Das Phänomen ist übrigens ansteckend: Wer von woanders nach München kommt, ist garantiert innerhalb kürzester Zeit bestimmt ganz münchen im Kopf (Fußballjungs zum Beispiel).
Thielemann, die lächerliche Posse, als deren Ergebnis eine Rotte Hausmeister über einen Ausnahmedirigent siegt, die ist so was von münchen!
Schwul sein, aber durch die Bank, und sich ja nichts anmerken lassen (bis man erschlagen wird), das ist total münchen.

Das ganze ist Bauerntheater und Bauerntheater ist natürlich auch: Absolut münchen.
Wenn man eines Tages dafür Geld bekommt, dass die Kidsdeppen auf der Straße sagen: Weißdu, das find ich jetzt echt voll münchen von dir! Sollen die Tantiemen note zu Gute kommen. Aber Vorsicht, dass das viele Geld nicht den Charakter verdirbt, das fänd ich echt münchen.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:56

Montag, 18. Januar 2010

Unwissenheit schützt vor Fehlern nicht

Die meisten haben genau genommen keine Ahnung vom Internet. Wie auch? Den ganzen Tag bei der Arbeit und dann steht noch eine Menge mehr auf der Liste. Bitte wann und wo soll man sich mit dem Medium intensiv auseinandersetzen? So wundern sich die meisten, was da einige treiben. Die skypen, twittern, googeln, bloggen und machen wer weiß was. Man kann es den meisten Menschen nicht verdenken, dass sie keine Ahnung haben und schon völlig begeistert sind, wenn sie bei Amazon ein Buch bestellen können oder sich das Wetter der nächsten Tage ansehen. Somit scheint es eine große Diskrepanz zu geben zwischen den Vielen, die sich nicht auskennen und den Wenigen, die sich unglaublich gut im Internet auskennen. Es ist wie immer. Damals konnten die meisten keinen Videorekorder programmieren. Das konnten nur ganz wenige. Alles was technologisch und in der Entwicklung ziemlich weit vorne rangiert, ist der Masse völlig unbekannt oder nur in kleinen Teilen. Aber das bleibt nicht immer so. Zwei Generationen weiter, ist das alles selbstverständlich. Zwei Generationen sind aber nicht mehr 50 Jahre, sondern 10. In 10 Jahren lachen sich viele kaputt darüber, was heute der Stand der Dinge ist. in 10 Jahren ist technologisch so viel passiert und hat sich viel verändert. Somit muss man der Entwicklung nicht folgen, wenn man ungefähr 10 Jahre davor ist, sich aus einem Gebiet auszuklinken. Aber sollte es über den Zeitraum hinausgehen, dann steht man ganz schön blöd und mit leeren Händen da.Das Beeindruckende ist, wie schnell der Wandel sich vollzieht. Alle, die jetzt 10 Jahre alt sind und in 10 Jahren somit 20 Jahre alt sind, haben völlig andere Gewohnheiten als Menschen, die heute 50 Jahre alt sind und in 10 Jahren somit 60 Jahre sind. Herausforderung wird es sein, dass diese Menschen sich in der entwickelten Welt zurechtfinden und bewegen können. Das wird eine sehr große Aufgabe. Was den neuen Generationen mit in die Wiege gelegt wurde, bleibt der älteren fast völlig verborgen. Somit sind gravierende Managementfehler wie bei Quelle nicht zu vermeiden. Ich gehe sogar weiter, dass auch Politik, Medien und Religion hier sehr große Fehler machen und nicht Schrittmacher der Entwicklung sind, sondern Blindgänger oder sogar Bremser. Die Dimension der Entwicklung führt sich keiner vor Augen, weil es sich keiner vor Augen führen kann. Denn zum einen fehlt die Zeit und zum anderen das Verständnis. Somit sind Fehler vorprogrammiert. Interessant wird die Kommunikationslücke, die entsteht zwischen Botschaften, die auf alten Wegen niemanden mehr erreichen werden und neuen Botschaften, die in aller Munde sein werden. Die Macht der Manipulation, der Beeinflussung, der Meinungsmache, der Meinungsbildung wechselt komplett den Absender. Und wer will die Zurückgebliebenen, die ewig Gestrigen, die Befürchter, die Bewahrer, die Zögerlichen, die Bedenkenträger in der anderen neuen Welt. Denn in der neuen und anderen Welt des Internets, ist man da, angekommen, akzeptiert, man ist wer, stellt was da, hat was zu sagen und zu zeigen. Man ist nicht anonym, man gehört zusammen. Die Größe, Intensität und Geschwindigkeit, in der im Internet Gemeinschaften entstehen und wachsen können, stellt alles andere in den Schatten. Die Bedürfnispyramide von Gesellschaften wird auf den Kopf gestellt, denn es entstehen eigene und neue. Dynamik und Energie nur da aufzubringen, wo man für sich etwas Materielles erzielen kann, findet immer seltener und schwächer statt. Im Internet kann man Utopien leben, Anarchie erleben, Träume verfolgen, neue Wirklichkeiten und Wahrheiten finden. Der Filter von Politik, Religion, Wirtschaft und Medien ist ausgeschaltet. Da wächst ein Medium heran, das genau so schlecht und so gut ist wie der Mensch selbst. Die Entwicklung überrennt und überrollt alles. Es gibt nicht mal die Zeit einzugreifen. Leider kann man sich nicht mal mit Kritik inhaltlich auseinandersetzen, weil keiner, mit dem man reden müsste, Ahnung hat. Somit ist dieser Ball ins rollen gekommen. Und er rollt. Und rollt. Und wird dabei immer größer und schneller. Und er wird immer mehr mit auf seine Reise und Umlaufbahn nehmen. Alles, was ich heute denke, hätte ich mir vor 5 Jahren nur schwer vorstellen können und vor 10 Jahren schon mal gar nicht. Warum soll sich das bei der Geschwindigkeit verändern? Was soll diese Entwicklung bremsen, geschweige denn stoppen? Vielleicht wissen wir es ja in 10 Jahren.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:20

Donnerstag, 14. Januar 2010

Über das eine Sparen, das andere Sparen und das ganz andere Sparen

Alle sparen. Alle müssen sparen, sollen sparen und können sparen. Es wird überall gespart, denn es gibt offensichtlich kein Geld. Achtung! Kein Geld, wie kann man da sparen? Sparen bedeutet doch, dass man von dem Geld, was man hat, etwas beiseite legt für einen längeren Zeitraum, um sich von dem Ersparten etwas anschaffen zu können. Soweit die Definition Sparen.Das steht aber im Widerspruch mit dem, was die Politik und die Wirtschaft von ihren Bürgern und ihren Kunden ganz offenkundig verlangt: Spart nicht, sondern konsumiert. Schiebt die Konjunktur dadurch an, indem ihr konsumiert. Jetzt bloß nicht sparen, sondern investieren. Im Gegensatz dazu sparen aber alle in der Politik und in der Wirtschaft. Das machen sie auch, um die Wirtschaft und das Wachstum anzukurbeln. Konzerne haben eine ganz besondere Art des Sparens entdeckt. Man spart nicht bei sich selbst, sondern an der Leistung anderer. Also man spart, indem man dieselbe Leistung immer billiger einkauft. Das ist laut Definition eigentlich nicht Sparen, sondern dafür muss man im Alphabet weiter vorne suchen. Unter „A“ findet man dann den Begriff „Ausbeutung“. Wenn man sich diese Definition durchliest, versteht man, was die Wirtschaft unter Sparen versteht. Wenn man mit der eigenen Leistung kein Geld mehr verdienen kann, dann muss die Rendite eben woanders herkommen, in der Regel von den Lieferanten. Aber es leiden nicht nur die Lieferanten, sondern auch die eigenen Leistungen, denn diese müssen letztendlich bei immer billiger werdender Zusammensetzung leiden. Aber solange die Rendite für die Wenigen stimmt, nimmt man das billigend in Kauf. Und sparen klingt eben besser und gesünder. Es kling so überlegt, wenn man von seinem selbst verdienten Geld etwas für später beiseite legt.Die perverseste und obskurste Definition von Sparen hat aber die Politik geschaffen. Da bedeutet Sparen, dass man mehr Geld ausgibt als man hat, um in Zukunft weniger Schulden zu haben. Was aber zum immer gleichen Ergebnis führt: es werden immer mehr Schulden. Somit spart der Staat nicht, um Schulden zu verringern, sondern wenn er an einer Stelle spart, holt er sich das doppelt und dreifach woanders zurück. Aber der Öffentlichkeit versucht man, das als Sparen zu verkaufen. Somit haben wir drei Definitionen von Sparen im Umlauf, von der nur eine zutrifft. Die anderen zielen auf etwas völlig anderes ab. Die eine meint Ausbeutung und die ander meint Bereicherung. Somit muss man sehr vorsichtig sein, wenn Politik und Wirtschaft von Sparen reden, denn die meinen was anderes. Man kann nur sparen, wenn man etwas von seinem eigenen Geld spart. Und das tun in unserem Land eigentlich nur noch Menschen im Alter bis zu 7 Jahren. Die haben mehr Geld in den Sparschweinen, als der Staat zur Verfügung hat. Somit müsste man einen Wortschutz einführen, dass man ein Wort wie „Sparen“ nur benutzen darf, wenn dieses mit der Definition übereinstimmt. Sonst müssen die Verwender, die fälschlicherweise Wörter benutzen, um sich in einem anderen Licht darzustellen, unter Strafe gestellt werden. Wenn man jedesmal nur 5 EUR zahlen müsste für jedes absichtlich falsch benutzte Wort, hätten wir sehr schnell so viel Geld in den Kassen, dass man ganz schnell einen 6-Jährigen zum Finanzminister ernennen müsste. Dann würden wir nie mehr in eine so beschissene wirtschaftliche Lage kommen. Als Wirtschaftsminister würde ich einen normalen Familienvater aus Dortmund vorschlagen. Auch auf die Gefahr hin, dass er BVB-Fan ist. Aber wer seine Familie in solchen Zeiten immer wieder ohne großen Schaden durchmanövriert, ist sicher geeigneter als alle, die sich da bewerben.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:43

Donnerstag, 7. Januar 2010

2010 – Na und!

Die Prognosen werfen tiefe lange und dunkle Schatten voraus. Kann sein, na und. Ich habe mir vorgenommen, aus einem prognostizierten Scheißjahr trotzdem ein wundervolles zu machen. Das geht im Prinzip ganz einfach. – Keine schlechten Nachrichten mehr anhören. Denn das zieht einen nur runter.– Die materiellen Ziele müssen sich dieses Jahr ganz hinten anstellen. – Die ideellen Ziele dagegen ganz in den Fokus rücken.Wenn das Jahr schon wirtschaftlich das Grauen werden soll, dann konzentriere ich mich dieses Jahr eben auf alles andere. Mich, meine Familie, meine Freunde und alles, wozu ich die letzten Jahre nicht gekommen bin.Somit werde ich viel mehr Dinge unternehmen, die einfach kein Geld kosten und trotzdem wunderschön sind. Dann werde ich die Kosten und den Konsum auf ganz kleiner Flamme kochen. Aber an anderen Stellen ein wahres Feuerwerk entfachen. Das ist so, als ob man als Außenseiter zur WM kommt und sich einfach keine Ziele steckt, sondern jedes Spiel einfach nur genießen will. Mein Leben dauert nicht ewig. Daher will ich mir keine Jahre leisten, die ich lieber streichen würde.Wenn auf der einen Seite offensichtlich nichts zu holen ist, dann eben umso mehr auf der anderen. Die Liste der Dinge, die ich tun und lassen kann, die ich anfangen und loslassen kann. Eigentlich wunderbar. Somit wird dieses Jahr ein anderes als die Jahre zuvor. Da wollte ich im Geschäftsleben mit aller Kraft, Energie und Macht bestehen. Dieses Jahr nicht. Dieses Jahr wird das alles mehrheitlich in andere Aspekte des Lebens investiert. Dieses Jahr bin ich dran und alle und alles, was mir lieb ist. Und diese Liste ist lang und schön. Voller Freuden und Freunden.Also, das Motto für 2010 steht: Na und!

Geschrieben von Redaktion in Spontaneitäten um 09:57

Donnerstag, 24. Dezember 2009

Die dunkle Seite der Macht findet man...

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 11:19

Mittwoch, 23. Dezember 2009

Kleiner musikalischer Weihnachtshinweis ...

Die haben die geilsten Bäume Digga. Das kannst du glauben.

Geschrieben von Redaktion in Spontaneitäten um 12:17

Frohes neues Jahr. Abpfiff. Das Alte ist endlich vorbei.

Das ich das mal sagen würde, hätte ich nie gedacht. Aber das Jahr 2009 ist abgehakt. Vergessen. Vorbei. Das ist gut so. Bei genauem Rückblick und hinschauen auch verständlich. Denn die Ähnlichkeiten mit der Vorrunde des VFB Stuttgarts oder gar Herta BSC sind unübersehbar. Somit wird dieses Jahr zu recht, rechtzeitig und endlich abgepfiffen. Nachspielzeit gibt es zum Glück auch keine. Somit fängt das Jahr 2010 für alle wieder mit einem 0:0 an. Das nährt die Hoffnung, dass es ein tolles Jahr werden kann, was man vom Alten nicht mehr erwarten darf. Obwohl ich von meiner Seite aus gestehen muss, ab der 95 Minute habe ich dann doch schon die Bayern München "Duselqualitäten" hingelegt. Die einen werden sagen – Dusel? So ein Quatsch, das ist das Glück des Tüchtigen. Und die anderen – Glück gehabt. Mir egal, Hauptsache noch gerade die Kurve bekommen und den Anschluss zu der Tabellenspitze nicht verloren, sondern gefunden.
Man muss so ein Spiel bzw. Jahr schnell aus dem Kopf bekommen und sich auf das Neue freuen, denn die Saison eines Lebens ist lang. Das können locker über 80 Spiele werden. Wer am Schluss vorne steht, der hat sich seine Lebensträume offensichtlich erfüllt. Das sind viele Begegnungen. Man hat nur ein Spiel in den Sand gesetzt, nicht die ganze Meisterschaft. Somit bleibt uns allen die Zuversicht, dass alles bis Juni zur Halbzeit 2010 ganz anders aussehen kann. An diese Zuversicht klammere ich mich jetzt mal. Wünsche allen kein frühes Gegentor. Dass Ausfälle aus gesundheitlichen Gründen ausbleiben. Macht Eure Chancen rein. Flach spielen und hoch gewinnen, so dass Ihr auf dem Platz des Lebens zeigen könnt, was in Euch steckt. Das spiegelt sich dann schon am Jahresende 2010 auf der Anzeigentafel des wirklichen Lebens im Ergebnis wider. Und wenn nicht? Egal, da kommen ja noch ein paar Spiele. Auch die fangen wieder alle bei 0:0 an.
Neues Jahr neues Glück. Geht raus und spielt.

Geschrieben von Redaktion in blue notes um 10:33

Schöner und treffender Jahresrückblick....

Teil 2
Teil 3
Ich finde es wundervoll. Nehmt Euch die Zeit und schaut mal rein.

Geschrieben von Redaktion in Spontaneitäten um 10:30

Dienstag, 22. Dezember 2009

Was der Klimagipfel und Weihnachten gemein haben

Es kommen Menschen zusammen, die in der Regel in der Konstellation nicht gerne zusammenkommen. Diese Menschen müssen sich nun auch noch miteinander in denselben Räumen aufhalten, und das alles vor einem friedlichen, ja liebevollen Hintergrund. Und alle sollen an den Weihnachtsmann glauben. Was den einen leichter fällt und den anderen schwerer. Das macht es noch schwerer. Denn im Stadion oder im Straßenverkehr kann man sich ruhig mal daneben benehmen. Aber einem Weihnachtsmann kann man unmöglich auf die Glocke hauen. Aber auch bei einem Klimagipfel geht das schlecht. So sinnieren alle über ein Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Das bedeutet meist, dass dort nie ein Konsens erzielt wird, sondern man die Tage der Zusammenkunft nur hinter sich bringen muss. Alle erwarten, dass man Geschenke mitbringt. Von dem Onkel mit viel Geld natürlich die teuersten. So auch beim Klimagipfel, alle warten darauf, dass China und die USA einen raushauen. Aber der Onkel steckt ebenso in der Krise, wie alle anderen. Er könnte zwar, aber er hat gerade andere Prioritäten, deshalb legen sich alle auf ideele Geschenke fest. Zu Weihnachten sind es die gut gemeinten Gutscheine, die natürlich nie eingelöst werden.Beim Klimagipfel ist das ähnlich. Der Unterschied sind die randalierenden Kinder, das ist an Weihnachten in der Regel nicht so. Auch da geht die Randale von den Erwachsenen aus. Weihnachten verpflichtet Menschen zusammenzukommen, die das eigentlich nicht wollen. Und dann sollen auch noch schöne Geschenke gemacht werden für Menschen, denen man eigentlich nichts schenken will. Und die ganze Nachbarschaft schaut zu. Und wie war Weihnachten? Die Frage kommt. Und auch die Frage nach den Geschenken. Ich denke, Weihnachten ist der Klimagipfel in klein. So kann man nachvollziehen, was da abgeht. Es geht auch um Liebe, Frieden, Gesundheit und Anerkennung. Wenn man die Länder mit dem größten Minderwertigkeitskomplex emotional einbinden und abholen würde, dann gäbe es eine theoretische Chance. Oder? Nein! Es ist Weihnachten. Und nach dem Weihnachten ist vor dem Weihnachten. Und die Weihnachtsmänner sind auch schon alle da.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 11:19

Montag, 21. Dezember 2009

Wut

Wie beschreibt man Wut? Zur Wut gehört eine gehörige Portion Kontrollverlust. Die Fähigkeit, sich über Dinge aufregen zu können, die man unmöglich beeinflussen kann. Und sich in das Gefühl tiefer und tiefer reinzubohren. Wenn Ärger sich zur Wut auftürmt. Menschen wie ich, die Wut empfinden können und in einer Art, dass sie sich besser für 24 Stunden wegschließen sollten, leiden letztendlich unter dieser Wut. Denn sie kann nicht nur kaputtmachen, sondern geradezu zerstören. In der Wut ist man zu allem bereit. Alles zu opfern. In der Wut geht man nicht einen Schritt zu weit, sondern tausende, bis es keinen Weg mehr zurück gibt.Richtige Wut ist extrem körperlich und psychisch. Es ist so, als ob man einen bleiernen Mantel tragen würde. Der drückt auf den ganzen Körper. Zudem geht es im Kopf zu wie im Büro, wenn alle Fenster und Türen beim Sturm aufspringen und alles durcheinander wirbelt. Die Atmung wird schwerer. Und man hat so einen Druck auf dem Brustkorb, als ob jemand dagegen drückt. Die Körperhaltung verändert sich und ein Bewegungsdrang bricht aus einem heraus. Wie diese Tiger, die im Zoo immer am Gitter hin und her laufen. Und der Kopf spielt Szenarien durch. Immer wieder. Immer lauter. Immer gewalttätiger. Immer zerstörerischer. Der Kopf opfert. Der Kopf richtet hin. Klagt an. Stellt zur Rede, schreit an. Pöbelt. Der Kopf sucht den Fluchtweg in einer Einbahnstraße. Man weiß, dass die Gedanken einen nicht weiterbringen, sondern nur noch mehr aufregen. Aber die Wut will weiter und weiter. Wer seine Wut kennt, der hat einen Vorteil. Den belastet zwar die Wut, aber sie überrascht einen nicht mehr. Somit versucht man, sie rauszulassen, um sie los zu werden, aber an Orten, wo so wenig Menschen wie nur möglich in Mitleidenschaft gezogen werden. Dummerweise leiden am meisten die Menschen unter der Wut anderer, die aber auch gar nichts dafür können. Um so näher einem Menschen sind, um so gefährdeter sind sie, von der Wut getroffen zu werden.Ich mag meine Wut nicht. Denn ich wäre lieber gelassen. Aber was soll man machen. Man kann ja nicht sagen – ICH BIN NICHT WÜTEND, VERDAMMT NOCH MAL. So einfach geht das nicht. Das ist ja so wie bei kleinen Kindern, die sich die Hände vor die Augen halten und glauben, dass sie nun niemand mehr sieht. So einfach wird man nicht unsichtbar. Und so einfach überwindet man Wut nicht. Zur Zeit bin ich sehr wütend. Sehr. Aber ich wollte mit diesem Text meiner Wut ein Schnippchen schlagen. Denn nichts hasst die Wut mehr, als wenn der Wütende einen Weg findet, diese zu bändigen und zu kontrollieren. Es gibt keine kontrollierte Wut, das nennt man ärgern. Ärgern ist was völlig anderes. Ärgern, lächerlich. Ärgern? Kann ich mich überhaupt ärgern? Oder lasse ich diese Phase der Emotion aus und gehe lieber gleich zur Wut über. Wenn man wütend ist, kann man das nicht beurteilen. Da muss ich mal in einem ruhigeren Moment drüber nachdenken. Es ist 17.35 Uhr Freitag, der 18. Dezember 2009. Und meine Wut ist immer noch nicht vorbei.
Bis der Text online ist, weil da noch Korretur gelesen werden muss ist meine Wut hoffentlich vorbei. Es ist Montag die Wut hat sich erst in Ärger, dann in ärgerlich verwandelt.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 13:00

Freitag, 18. Dezember 2009

Könnte das ganze Leben eine große Therapie zu sein?

Menschen, die in Therapie sind, sind schon in Therapie. Alle anderen sammeln noch Gründe für eine Therapie, die offensichtlich kommen wird. Die Therapie ist zu einer normalen Massen-Begleiterscheinung in unserer Gesellschaft geworden. Der Anteil der Menschen, die in Behandlung sind, steigt drastisch an. Das Thema rückt immer mehr in die Öffentlichkeit. Diese hinkt, wie immer bei solchen Themen, natürlich weit hinter her und schiebt dabei einen Berg Vorurteile vor sich her. Mein gesunder Menschenverstand sagt mir, wenn ein Leiden sich stark verbreitet und vergrößert, dann ist das kein Zufall, sondern dafür gibt es offensichtlich schlechte Gründe. Die Gründe sind oft gleich. Als es an allen Ecken und Ende an Hygiene fehlte, litten die Menschen an Infektionskrankheiten. Als die Menschen sich immer weniger bewegten, litten sie immer mehr unter Herz-Kreislauf-Krankheiten. Also geht immer ein Mangel vorweg. Immer hat das „weniger“ diese Massenkrankheiten ausgelöst. Mangel an Nahrung, Mangel an Vitaminen, Mangel an Insulin. Mangel an Mangel gab es somit nie. Die Diskussion, die in der Öffentlichkeit aber geführt wird, beruht nicht auf der Mangel-Theorie, sondern auch einer „zuv iel, zu schnell Annahme". Es scheint, als ob Menschen lange Zeit zu viel von etwas bekommen zu haben, was diese in die Therapie treibt. Zu viel Arbeit, zu viel Stress, zu viel von zu viel.Somit soll der Weg aus der Therapie daraus bestehen, dass man sich über das zu viel klar wird und es in weniger umstellt. Ich glaube das nicht. Ich glaube an die Mangel-Theorie. Es scheint es in der Psyche vieler Menschen einen Mangel zu geben. Und dieser Mangel hat seine guten bzw. schlechten Gründe. Die biochemischen Gründe liegen darin, dass eine Noradrenalin- bzw. Serotonin-Regulationsstörung am Rezeptor vorliegt. Ein Mangel an diesen so genanten Transmitter scheint die Ursache. Somit hat man nun zwei Möglichkeiten, entweder diesen Transmitter-Haushalt wieder in ein gesundes Gleichgewicht zu bringen, in dem man diese von außen hinzu führt – diese Art scheint mir eine Kompensation, statt einer wirklichen Lösung. Oder, was mir sinnvoller erscheinen würde, man behebt die Ursache. Und da kommt zum Beispiel die Therapie ins Spiel. Es scheint offensichtlich, dass die Ursachen Umwelteinflüsse sind oder angeboren sind. Allerdings: Wenn die Zahlen so sprunghaft ansteigen, scheint der Aspekt Umwelt der zentrale zu sein. Nun können wir nicht die ganze Umwelt und unsere Sozialisierung verändern, doch wir können die Ursachen erforschen. Was passiert, dass daraus ein Mangel entsteht, der Menschen in Massen in die Therapien treibt. Seltsam ist, dass Millionen in Therapie sind, aber es noch keine funktionierenden Selbstanalysen gibt, die einem die Richtung vorgeben könnten. Es muss doch möglich sein, dass man selbst dahinter kommt. Die Fälle werden sich doch sicherlich zu 80% gleichen. Wir leben doch alle in derselben Umwelt und die jeweiligen Sozialisierungen sind sicher unterschiedlich, aber die Einflussfaktoren sind auch hier sicherlich zu 80% dieselben.Die Selbst-Reflexion scheint ein wichtiger Aspekt zu sein. Und zwar nicht ab dem Zeitpunkt, wenn es einen erwischt hat, sondern so früh wie möglich, so lange wie möglich, so intensiv und so genau wie möglich. Wir lassen das ganze Leben an uns vorüber ziehen und wundern uns, wenn es passiert.Allen Mangelerscheinungen kann man nämlich erfolgreich entgegen wirken. Vor allem mit Bewegung. Und wenn die Krankheit bei den Menschen im Kopf angekommen ist, scheint es auch hier an der notwenigen Bewegung zu fehlen. Aber wie bewegt man den Kopf? Genau das müssen wir lernen. Wir müssen unsere Psyche verstehen lernen und ihr die Bewegung zuteil werden lassen, der es Bedarf um die Symptome in den Griff zu bekommen – und um den Mangel abzuschaffen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:06

Donnerstag, 17. Dezember 2009

Eine kleine 64er Zeitreiese

Bonanza, Rauschiff Enterprise,Daktari, Lassi, Die Waltons, Robbi Tobbi und das Fliwatüt, Flipper, Skippy, Die Leute von der Shiloh Ranch, Rauchende Colts, Black Beauty, Reich und Arm, Magnum, Dallas, Tennis, Schläger und Kanonen, Starsky und Hutch, Rockford, Die Straßen von San Francisco und so vieles mehr. Schon beeindruckend, wie sehr das Fernsehen Bilder einer Zeit bestimmt hat. Welchen Mittelpunkt das alles im Leben von Menschen hatte. Auf nur drei Sendern. Alle, die so in meinem 64er Jahrgang, plusminus ein, zwei Jahre, wissen, wovon ich schreibe. Nicht jede Generation hat seine Helden, die Zeitachse wurde immer kürzer. Fünf Jahre älter oder jünger und da stände eine völlig andere Liste.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:30

Mittwoch, 16. Dezember 2009

Das verstehe sogar ich – Prost. Die einfache Erklärung für das Unfassbare

Geschrieben von Redaktion in Spontaneitäten um 09:43

Der Sinn des Sammelns

Die emotionalen Primärbedürfnisse sind und bleiben dieselben: Wohlstand, Freiheit, Sicherheit, Unabhängigkeit, Anerkennung, Bewunderung, Glück, Harmonie, Geborgenheit, Erfolg, Stärke, Schönheit, Überlegenheit, Liebe ...Nach einer Katastrophe wie dem 2. Weltkrieg werden diese Primärbedürfnisse in ein anderes Licht gesetzt. Der Mensch findet Formen, sie trotz gesellschaftlichem Nichts zu erfüllen. Auch wenn die Menschen nichts hatten, werden sie uns 40 Jahre danach davon erzählen, dass die Primärbedürfnisse nicht zu kurz kamen. Nur die Formen, mit denen man diese befriedigt hat, waren völlig andere.So entstanden seltsame Formen des Sammeln. Das Sammeln befriedigt gleichzeitig zwei Primärbedürfnisse: die des Glücks, wenn man seiner Sammlung ein Teil hinzufügen kann und die des Wohlstandes, denn der ideelle Wert einer Sammlung ist für den Sammler enorm hoch. Diese Kultur des Sammelns kann man während der ganzen 50er, 60er bis in die 70er und noch am Anfang der 80er Jahre beobachten. Dann wurde es weniger und weniger, weil der Wohlstand und das Glück zurückgekehrt waren. Mein Vater hat Schallplatten gesammelt. Meine Mutter hat Mocca-Tassen, Brigitte-Rezepte und Karaffen gesammelt. Ich haben Briefmarken und Eierbecher gesammelt. Aus heutiger Sicht kommt mir das eher lustig und lächerlich vor, doch meine Briefmarkenalben waren für mich damals von unschätzbarem Wert.Das Sammeln hat sich geändert. Heute sammeln mein Sohn und ich Panini Bundesliga Bildchen. Mir ist dabei aufgefallen, dass auch dieses Sammeln in mir ein altes Gefühl wieder aufkommen lässt. Es kommt der Zeitpunkt, da macht man Tüte für Tüte auf und man findet nur noch doppelte. Das müsste eigentlich sehr frustrierend sein. Ist es aber komischer Weise nicht. Die Hoffnung, in jeder Tüte oder wenigsten in jeder dritten ein weiteres Bild zu finden, ist groß. Wenn nach unzähligen doppelten Bildchen mal ein Treffer dabei ist, ist das Glücksgefühl um so vieles größer, als der Frust der vielen Nieten, die man gezogen hat, dass der Ansporn weiter zu machen weiter steigt. Bis hin, dass es offensichtlich sinnlos wird, denn die letzten 10 bis 40 Bilder sucht man vergeblich. Doch dann kann man tauschen, mit anderen, die ebenfalls hunderte von Dopplern haben. Und siehe da, das Happy-End eines vollkommenden Sammelalbum ist da. Interessant an dieser menschlichen Eigenschaft ist es, dass es nicht um den tatsächlichen Wert geht, sondern um das Gefühl das damit verbunden ist. Man kann das Gefühl des Wohlstandes und Glücks auch in schweren Zeiten erzielen, wenn man eben die kleinen Dinge des Lebens sammelt. Somit ist bewiesen, dass diese beiden Aspekte nicht zwingend mit viel Geld zu tun haben müssen. Ganz im Gegenteil: Wer zu viel Geld hat, dem bescheren diese Kleinigkeiten keine Glücksgefühle. Der geht in den Kiosk und kauft einfach drei volle Packungen Panini Bilder, lässt diese einkleben und wenn welche fehlen, lässt er sie über seine Assistentin direkt bei Panini einkaufen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:13

Samstag, 12. Dezember 2009

Aufgaben – Ziele – Vision

Es ist ratsam, sich von der Vision den Weg zurück auszumalen und nicht vom jetzt versuchen, irgendwie voran zu kommen. Damit führt man sich in Versuchung, sich seine ideale Zukunft zu erträumen. Wie soll das Leben sein, wenn alles ideal gelaufen ist?Vision heißt nichts anderes, als erlebte Zukunft. Man wandelt in Gedanken durch sein Leben, wie es dann sein sollte, wenn alles geklappt hat. Also, wie viel arbeitet man dann noch, womit verbringt man seine Zeit, was umgibt einen, vor allem welche Menschen. Man kann und darf sich alles ausmalen und wünschen. Sogar Unerreichbares. Denn auch wenn man nur einen Teil dieses Weges schafft, hat man es sicher weit gebracht.Also macht man sich ein Bild von seiner eigenen Vision und dann beantwortet man sich die Frage, wann soll diese in Erfüllung gehen? Und von diesem Zeitpunkt schreibt man sich die wichtigsten Ziele rückwärts bis zum heute auf. Was muss alles erreicht werden, verändert werden, gemacht werden, angepackt werden, losgelassen werden und das Schritt für Schritt. Diese jeweiligen Schritte nennen wir Ziele. Es sind die Etappenziele rückwärts gedacht von der Vision aus gesehen bis ins jetzt. Hier und heute.Nun betrachtet man die einzelnen Etappenziele und beantwortet sich die Frage nach den jeweiligen Aufgaben, die sich stellen, um diese Etappenziele auch zu erreichen. Denn Ziele erreicht man, wenn man die betreffenden Aufgaben erfüllt. Somit bedingt jedes Ziel Aufgaben, die es umzusetzen gilt. Somit stellen sich dann im „jetzt“ Aufgaben, die zum ersten Ziel führen und das macht man dann. Währenddessen kontrolliert man immer wieder den Weg ausgehend von der Vision. Man checkt die Ziele und die Aufgaben. Somit begibt man sich auf die Reise zu seiner eigenen Vision.So einfach kann einfach sein. Führt dieser Weg denn zur Vision? In den meisten Fällen nicht. Aber in einigen wenigen. Aber verhält man sich anders herum, kommt man zu keiner Vision. Es geht auch nicht wirklich darum, unbedingt in 10 oder 20 Jahren irgendwo anzukommen, was man sich vor 10 oder 20 Jahren ausgedacht hat. Die Welt ändert sich. Somit unsere Visionen auch. Es geht viel mehr um die Möglichkeit, die ehrliche Option, Großartiges zu erzielen. Diese Chance darf man sich nicht nehmen lassen. Und wie gesagt, auch wenn man woanders herauskommt, ist die Chance groß, dass dieses anders ebenso großartig ist. Es geht nur um die Art, wie man seinen Lebensweg beschreiten kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 10:56

Samstag, 5. Dezember 2009

Samstagsgedanken: Nikolaus

Einen schönen Nikolaustag wünsche ich morgen allen Lesern und Nichtlesern. Ich hoffe, jeder stellt heute Abend seine Stiefel frisch gebohnert und poliert vor die Tür und findet sie am Sonntagmorgen gut gefüllt mit Schokolade, Apfel, Nuss und Mandelkern. “Was’n das?“ nölt die heutige Jugend, die nicht mehr weiß, was Mandeln und Nüsse sind. „Keine Playstation, Aldär? Was’n das für’n Scheiss?“ Eigentlich schade, dass wir für morgen keinen Knecht Ruprecht bestellt haben. Obwohl, ich kann mir nicht vorstellen, das der Krampus heute noch viel Angst und Schrecken verbreiten würde. Vermutlich wäre das eher anders herum, wollte der verweichlichte Soziologiestudent, der mit der Ruprecht Rolle sein Taschengeld aufbessert, den heutigen Lausbuben quer kommen. Da bräuchte es dann schon mehr als einen Rentierschlitten, um schnell Land zu gewinnen. So ist das mit den Bräuchen. Die, die sich nicht aufpimpen lassen, geraten allzu schnell in Vergessenheit und verlieren ihren eigentlichen Sinn. Oder weiß heute noch einer unter 20, dass Halloween mal Erntedankfest hieß, dass der 3. Oktober gefeiert wird, weil es weiter östlich mal so eine Mauer gab, oder dass man einen Beruf ergreifen kann, ohne von Dieter Bohlen oder Bruce Darnell gecastet worden zu sein. An solch old fashioned Brauchtum hat niemand mehr Interesse. Lässt sich doch mit ein paar blöden Mandeln und Nüssen keine Kohle machen. Da müssen schon noch ein paar iPhones, Smartbooks und Nintendo wii in den Stiefel. Während sich unsere Jugend heute Abend wieder ins Koma säuft und mancher Daddy und Opa aus Solidarität mitmacht, suggeriert uns die Industrie, nein, sie knallt es uns an den Kopf: „An Nikolaus nach Hawaii! Gönnen Sie ihren Liebsten ein paar Tage Sonne!“ Und dazu gibt es ein paar Schnappschüsse einer drallen Blondine im roten Bademantel, der entfernt an den guten, alten Nikolaus erinnert. Früher hat es oft geschneit am 6. Dezember. Wir machten einen langen Waldspaziergang im Schnee und tranken danach selbst gemachten Glühwein, bevor es ans Plätzchenbacken ging. Doch heute macht die Klimaerwärmung, die natürlich nichts mit den Menschen zu tun hat, Schnee in den Alpen und gar im Voralpenland zu einem winterlichen Weihnachtsmärchen aus alter Zeit. Zwar ficht das unsere wackere Politik nicht an, sich um die Olympischen Winterspiele 2020 in Garmisch zu bewerben. Nur Schnee in Garmisch? „Es war einmal“ wird 2020 zum Thema Schnee verlautbart, nicht ohne mit mehreren tausend Schneekanonen den letzten Naturschutzfleckchen den allerletzten Tropfen Wasser abzudrehen. Aber mir ist das alles sowieso egal, weil ich am 6. Dezember 2020 mit einer roten Nikolausmütze in Waikiki Beach sitze und mir von einer drallen Blondine im roten Bademantel einen kühlen Pina Colada kredenzen lasse. Aber das ist dann wieder ein anderes Weihnachtsmärchen. PS: Diesen Text schrieb ich hier in der Urfassung vor genau zwei Jahren. Aber, hey was soll’s? „Last Christmas“ wird ja auch wieder jedes Jahr gespielt.

Geschrieben von Kai Falkenberg in blue notes um 16:30

Mein neues Implantat

Ich sitze soviel rum, ich lasse mir jetzt einen Bürostuhl an den A* implantieren. Es gibt mehrere Möglichkeiten: Vollstuhl mit 5 Beinen und Rollen und Teilstuhl mit zwei Beinen, fest, direkt an den Hintern. Teilstuhl ist leichter, flexibler, trägt nicht so auf. Vollstuhl genügt den Bestimmungen für Bürosicherheit. Interessant: Teilstuhl geht auch an der Schulter, muss man auf dem Kopf arbeiten, ist besser für die Durchblutung, Tastatur unten an den Schreibtisch spaxen, Monitor umdrehen, rettich. Und man hat seinen Stuhl immer dabei. Praktisch in der S-Bahn. Müsste man mal durchrechnen: In einer vollen S-Bahn ist der Platz uneffizient ausgenutzt. Unten, wo alle sitzen, is voll, oben leer. Wenn man die Hälfte der Leute andersrum reinsetzt, passen bestimmt mehr Fahrgäste in so ne S-Bahn.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:35

Freitag, 4. Dezember 2009

Praktikantenwirtschaft

Der Faktor Mensch im Business wird zunehmend zu teuer. Denn wer den globalen Zielen der Märkte gerecht werden will, der muss an allen Schrauben drehen. Somit auch an den Personalkosten. Die Rationalisierung erreicht nun auch Büroetagen, von denen man dachte, diese wären ausgenommen.Somit entstehen unglaubliche Einsparpotentiale. Gerade bei Konzernen wie der Post, der Bahn, der Telekom und vielen anderen ist die Handlungsfreiheit der Vorstände so stark eingeschränkt und durch Aufsichtsräte bestimmt, dass sich hier wirklich die Frage stellt: „Wann kommt der erste Vorstandspraktikant?“Wenn Geschäftsführer in großen Konzernen und Unternehmen ohnehin nichts mehr ohne die Zustimmung von Beteiligungsgesellschaften dürfen, warum dann diese Gehälter? Da würde ein Praktikant doch völlig ausreichen. Und den Shareholder sehr erfreuen. Jahresvorstandspraktikanten gehört die Zukunft. Viele Unternehmen werden ohnehin nur noch durch Praktikanten und Vorstände zusammengehalten. Das wäre es doch nur der nächste logische Schritt, der ein unglaubliches Einsparpotential entfaltet. So ein Herr Ackermann, Hand aufs Herz, was kann der selbstständig denn noch machen? In der Politik und in den Medien sieht es nicht anders aus. Wenn man Filme für 15.000 Dollar drehen kann, die 100.000 Millionen Dollar einspielen und noch kein Ende in Sicht ist. Ja, Hallo! Was machen die Anderen denn da mit ihrem teuren Personal? Ich glaube, man sollte da mal ansetzen. Die meisten Zitronen sind gepresst, aber da geht noch richtig was.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 09:10

Donnerstag, 3. Dezember 2009

Kunstschuss: Alle 1.000 Bilder und wenn Glück dazu kommt

Starnberger See. Bernried. Dampfersteg. Mittwoch 2. Dezember 2009. Wenn man Peter von Felbert zu seinen Freunden zählen darf, dann erscheinen Fotos einem auf eine ganz andere Weise. Dieses ist mal wieder so eins. 1.000 mal fotografiert und 1.000 mal ist nichts passiert. Und dann das. Manchmal bin ich ein Stück weit stolz auf mich. Ach so, was da über das Wasser zu schweben scheint ist eine Ente, glaube ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 17:41

Mittwoch, 2. Dezember 2009

Darf ich vorstellen: Die Dildenburger Frackfrotzen. In 14 Minuten aus dem Nichts in die Ewigkeit des Internets.

Jetzt fragt sich der Leser, wer oder was ist das? Geht mir genau so. Diese Wortkombination kam mir plötzlich in den Sinn. Dann habe ich mich erst mal fünf Minuten kaputtgelacht und den Menschen ein weiteres Indiz dafür geliefert, dass ich nicht alle Tassen im Schrank habe. Wie sieht das auch aus, wenn da jemand läuft und offensichtlich Selbstgespräche führt und sich dabei schüttelt vor lachen. Ich weiß.Mir ging dabei zuerst durch den Kopf, dass es klingt, wie eine dieser Volksmusikantengruppen. Dann wiederum kam mir aber in den Sinn, dass es eine kulinarische geografische Spezialität sein könnte oder auch ein ganz seltenes Naturschauspiel, das in der Mitte eines Waldes zu bewundern ist. Dann habe ich mir die Wegweiser vorgestellt, noch 25 Minuten/4,5 Km zu den Dildenburger Frackfrotzen und wieder schüttelte ich mich vor lachen. Was für ein Logo haben die wohl? Was für einen Schriftzug? Und was für eine Erklärung wohl auf dem großen Schild steht, das direkt vor dem Objekt aufgestellt steht. Und wie wohl die Souvenirs aussehen in der Auslage. Die Dildenburger Frackfrotzen aus Holz, Glas und in einer Schneekugel. Oder als Bild, Tischuntersetzer und auf einer Kaffeetasse. Wo man auch hinsieht, über all Dildenburger Frackfrotzen. Und man kann sich natürlich mit ihnen auch fotografieren lassen. Und Nachts gibt es sie beleuchtet. Aber der Gedanke, es wäre eine Volksmusik Combo ist auch nicht von der Hand zu weisen. Es sind sicher vier oder fünf Männer in Trachten, mit Schnauzbärten und die Haare vorne kurz und hinten lang – Vokuhila eben. Und Sie haben so Hammersongs drauf wie: „Mädel i ruf di o“ oder „Bur, geh weider“. Auch schön ist „Isch hör nie auf“. Und dann gibt es Fanclubs und T-Shirts und CDs. Und Sie spielen auf allen diesen Volskmusikfesten in Bierzelten und wo man so was noch erwarten muss. „Und jetzt meine lieben Gäste – live und nur für Euch – die Dildenburger Frackfrotzen mit ihrer neuen Single „Koaner könt den wöäg“. Wunderbar. Aber wenn man beim Metzger in Dildenburg an der Mösel einkehrt, dann gibt es hier die wahren und echten und originalen Dildenburger Frackfrotzen. Es ist eine köstliche und besondere Spezialität. Diese wird aus den Innereien einiger Tiere gebacken und ist so eine Art Wurst im Brotteig mit Speckmantel, aber hauchdünn geschnitten. Eben wie gesagt, köstliche Dildenburger Frackfrotzen zu 2,99 Euronen je 100 Gramm. Aber diese gibt es nur im Herbst und nur für kurze Zeit. Mir würden sicher noch einige Anwendungen für den Begriff Dildenburger Frackfrotzen einfallen. Könnte auch aus dem Heimwerkerbereich sein, gib mir mal zwei 9er Dildenburger Frackfrotzen. Oder ein Teil für Angler. Ich geh ohne meine Dildenburger Frackfrotzen nicht zum Angeln. Aber es könnten auch zwei komische Gesellen aus Dildenburger sein, über die man viele witzige Geschichten erzählt. Die gute Nachricht, ich habe mir den Begriff nicht schützen lassen. Die schlechte, mal sehen wer bis in alle Ewigkeit unter dem Begriff Dildenburger Frackfrotzen am besten da steht?
Mittwoch der 2. Dezember 17:58 Uhr. Keine Spur von den Dildenburger Frackfrotzen. Noch. Suchmaschinen suchen.

Mittwoch der 2. Dezember 18:11 Uhr. Eine Spur von den Dildenburger Frackfrotzen. Jetzt. Suchmaschinen finden. In 14 Minuten aus dem Nichts.

In Wirklichkeit waren es 5 Minuten, aber so schnell bin ich nicht mit Screenshot einbauen und verlinken. In 5 Minuten aus dem Nichts geboren. Dem einen sagt das was, anderen nichts. So ist das im Leben.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 17:58

Weil...

Weil ich mir nichts merken kann, habe ich mir früh angewöhnt, alles an Stories zu hängen. Mein Schädel ist voller Analogien, Metaphern und was es noch für Fremdwörter diesbezüglich gibt. Der Vorteil am Selbst-Story-Telling ist, dass man fast alle Themen mal durch hat und somit zu fast allen Themen eine, zwei oder sogar mehr Stories parat hat.Die eine oder andere muss man mal angleichen, aber in der Regel war es das. Wenn ich alle sage, meine ich natürlich nicht alle bezogen auf alles, sondern alles, was weitgehend in meinen Bereich fällt. Gibt es ein Thema, gehe ich meine Bilderwelten in Gedanken durch und suche mir die passendste aus. Hier und da wird mein Archiv ständig angereichert und weiter ausgebaut. Aber wie gesagt, gemacht habe ich es und ich mache das auch bis auf weiteres, weil ich mir echt nichts merken konnte. Schon in der Schule war das so. Also habe ich meine Fantasie benutzt und die Informationen, die ich mir nicht merken konnte, an Stories gehängt. Und siehe da, die konnte ich mir leicht merken und somit auch die Information dazu.Wenn ich keine Story zu etwas habe, dann vergesse ich es auch. Ein Grund, warum ich mir keine Witze merken kann, denn der Witz ist die Information und ich finde keine Story, an welche ich einen Witz hängen könnte. Somit vergesse ich zum Glück so gut wie alle Witze. Namen, Nummern und so weiter, alles gerät in Vergessenheit außer, ja außer, ich habe mir dazu eine Geschichte einfallen lassen. Hier und da reicht ein Reim oder

eine Eselsbrücke. Aber wenn es komplizierter wird, dann muss eine passende Geschichte her. Dadurch und daraus ist auch mein Schreiben entstanden und auch meine Art zu sprechen. Was man nicht alles macht, damit nicht alles vergisst. Somit ist mein Kopf kein Ort der Informationen, sondern ein Ort der Geschichten.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:21

Montag, 30. November 2009

Der Ratschlag

Es gibt viele davon. Die meisten sind sicher gut gemeint. Der überwiegende Teil zudem wohlüberlegt. Der Ratschlag soll helfen. Aber die meisten verfehlen ihr Ziel. Und zwar deutlich. Wie kann das sein? Obwohl die Absicht in der Regel doch ehrenwert ist. Nun versteh doch mal. Verstehst Du das? So ist das. Ich kann dir sagen. Der Ratschlag scheint eine Schwäche für Subjektivität zu haben, denn er bezieht sich in der Regel nur auf einen einzigen Blickwinkel. Und dieser kann bekanntlich ein völlig anderer sein, als der Blickwinkel desjenigen, der diesen Ratschlag befolgen soll.Zudem hat der Ratschlag noch eine Schwäche. Er bezieht sich in der Regel auf die Schwäche des anderen und der Ratgeber liebt es, sich überlegen zu fühlen. Und dann fühlen sich zudem bestimmte Menschen geradezu dazu aufgerufen, Ratschläge zu erteilen. In der Regel sind es Menschen, die glauben, Recht zu haben, weil sie Geld haben oder weil sie Macht haben. Oft kommt alles drei zusammen. Wenn das passiert, erklärt einem einer ständig das Leben und was man selbst alles falsch macht.Der Ratschlag hat somit etwas anmaßendes und etwas weltfremdes zugleich. Zudem hat er eine kleine, sehr eingeschränkten Sicht auf die Dinge. Der Ratschlag ist oft vorlaut und einfach zu schnell bei der Hand. Kluge Menschen zeichnen sich deshalb vor allem dadurch aus, dass sie keine Ratschläge erteilen. Obwohl man sich oft gerade von diesen Menschen Ratschläge wünschen würde. Aber kluge Menschen wissen um die Wirkungslosigkeit von Ratschlägen und darum ersparen sie sich und anderen diese.Denn am Ende muss jeder für sich entscheiden, was er macht oder was er lässt. Das Stützen auf Ratschläge ist wie auf Sand bauen. Es bringt einem selbst vor allem nichts. Das Wundersame an Ratschlägen ist, dass sie nie ausgehen. Auch wenn von derselben Person schon eine Vielzahl von Ratschlägen nicht funktioniert haben, da ist immer noch ein guter oder besserer. Anderen einen Ratschlag zu geben, heißt, das Verhalten von anderen zu verändern und/oder zu beeinflussen, ohne selbst etwas dafür tun zu müssen. Hör mit dem Rauchen auf. Fang mit dem Joggen an. Alle Ratschläge fordern demjenigen, der sie erteilt, nichts ab. Er muss nichts dafür tun, nur die Lippen bewegen. Ach ist das schön, Konsequenzen nur sagen zu können, ohne diese selbst durchleben zu müssen. Ich kann nur jedem raten, hüte dich vor dem Ratschlag. Aber höre genau zu und sehe genau hin, wenn andere etwas machen, was dich nicht betrifft, aber die in derselben Situation sind. Der Mensch lernt durch das Machen. Das Selbsterlebte. Kein Ratschlag kann die Qualität des Selbermachens je ersetzen. Er kommt nicht mal im entferntesten daran. Deshalb gibt es nur einen Ratschlag: es gibt keinen Ratschlag. Wenn jemand wissen will, wie es weiter geht oder was zu tun ist, dann muss er nicht fragen, sondern es einfach tun. Das Schöne daran ist, dass man super vorankommt und sich die vielen Ratschläge erspart. Die sind einem zudem beim Gutvorankommen ganz schön hinderlich. Ich glaube, glückliche und erfolgreiche Menschen haben eines gemeinsam: sie hören nicht auf Ratschläge, sondern auf ihre Intuition.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 21:18

Der schöne Tod

Er ist der einzige wirkliche Beweis dafür, dass man gelebt hat. Und es ist das Einzige, was allen Menschen gleichermaßen widerfährt. Allen. Früher oder später. Somit ist er ein fester Bestandteil unseres Lebens. Vor 150 Jahren waren Leben und Tod ständiger Begleiter der Menschen. Viele Kinder starben und die Menschen starben auch früher. Mütter starben bei der Geburt. Somit war der Tod früher ein Teil des Alltags. Heute nicht mehr. Heute ist der Tod das, wovor die Menschen am meisten Angst haben. Und die Rituale um den Tod steuern gehörige Portionen zur Angst bei. Wer schon das Grab eines Kindes gesehen hat und diesen ein Meter kurzen weißen Sarg, der dann in die Erde niedergelassen wird, der kann nachfühlen, was ich meine. Ich hasse dieses Ritual. Diese Art der Verabschiedung vom Leben. Es räumt dem Tod einen Platz in unserem Denken ein, der ihm zu Lebzeiten eigentlich nicht zusteht. Unser Umgang mit dem Tod ist bedenklich, denn er ist nicht natürlich. Der Schmerz und die Trauer, die Menschen erfüllt, die einen Toten zu beklagen haben, ist so groß wie unnatürlich. Er ist Spiegelbild einer Gesellschaft, die nicht loslassen kann. Die sich von Altem nicht trennen will. Das Natürlichste, was dem Menschen widerfahren kann und muss, erscheint uns wie die größte Ungerechtigkeit auf Erden. Da stimmt doch was nicht. Da stimmt doch was mit unserem Umgang, unseren Emotionen und unserer Einstellung nicht.Wenn der Sohn eines Popstars sich aus dem Hotelzimmer zu Tode stürzt, werden wir emotional so berührt, wie zuvor von vielen seiner Lieder nicht. Herbert Grönemeyer widerfährt dasselbe. Die Anteilname an seiner Trauer entspricht nicht einem normalen Umgang mit dem Tod. Und so rückt der Tod als das zentrale Ereignis, bei dem der Mensch zu Emotionen fähig ist, zu Gemeinschaft, zu Toleranz, zu Verständnis und zu Mitgefühl, immer mehr in den Fokus. Hier empfinden wir für einem Moment das, was wir unter Lebenden aber nicht leben können. Erst im Tod kommen sich Menschen so nah wie sonst selten oder nie. Das ist eine traurige Entwicklung und somit wird der Tod völlig überbewertet. Mir ist das bei Robert Enke aufgefallen. Ich habe mich von dem Gemeinschaftsgefühl mitreißen lassen und es war ein schönes gemeinsames Gefühl und Erlebnis. Nur habe ich mich gefragt, warum die Menschen nicht immer so miteinander umgehen. Muss erst eine WM im eigenen Land sein oder

jemand auf diese Weise sterben. Wir scheinen uns in eine Gesellschaft gewandelt zu haben, die mehr in den Emotionen anderer lebt, als in den eigenen. Wir leben unser nichterfülltes Leben in diesen Menschen, die oft Menschen des öffentlichen Interesses sind. Wir kochen toll mit Fernsehköchen, ohne selbst zu kochen. Wir unterhalten uns toll in Talkshows, ohne uns selbst zu unterhalten. Wir werden gesund in Krankenhausserien, ohne selbst krank gewesen zu sein. Wir werden vor Gericht freigesprochen, ohne selbst nur angeklagt gewesen zu sein. Den Menschen scheint es zu genügen, nur so etwas wie zu leben, anstatt es selbst zu erleben. Das ist offensichtlich und klar. Wir leiden mehr mit anderen, als mit uns selbst. Und am deutlichsten merkt man das beim Tod. Wir sind fasziniert von den Emotionen, die wir durchleben und glücklich, dass es nicht uns selbst getroffen hat. Somit streben wir zwar weiterhin nach Glück, aber wir leben gerne im Unglück anderer. Natürlich ohne uns das offen einzugestehen. Wäre der Tod, das Leid, der Schmerz, die Krankheit weiterhin ein ständiger Bestandteil unseres Leben, hätten wir diese Sehnsucht, uns im Leiden anderer wohlzufühlen, sicher nicht. Somit befriedigt der Mensch seine Sehnsucht nach Unglück im Unglück anderer. Das befriedigt offensichtlich die Sehnsucht. Aber es muss auch regelmäßig einen da draußen treffen. Somit trauern wir nicht, sondern wir fühlen mit. Und dieses Gefühl löst Emotionen in uns aus, die wir offensichtlich wollen. Deshalb ist das Leiden mit anderen und in anderen zum festen Bestandteil unserer Gesellschaft geworden. Die Medien bedienen dieses Bedürfnis immer mehr und immer intensiver. Der unnatürliche Tod ist ein Geschenk Gottes für die Medien geworden. Es gibt nur ein Problem: dafür gibt es noch keine Werbepartner. Somit erreicht man zwar traumhafte Einschaltquoten, aber mehr noch nicht. Denn jeder dieser Schicksalsschläge anderer heizt unser Bedürfnis emotional auf und wir wollen auf diese Weise mehr und mehr berührt werden. Es klingt nicht nur krank, es ist es auch. Um auf die Eingangsgeschichte mit dem toten Kind zurückzukommen: Ich konnte nach dem Begräbnis wegfahren und das Problem somit hinter mir lassen. Und mit jedem Kilometer, den ich wegfuhr nach Hause, wurde mir klarer, dass die Betroffenen dem Problem nicht so einfach enteilen können. Ich war nur froh, dass mir das nicht passiert ist. Heil froh. Somit ist mir klar geworden, dass wir unsere Gefühle ganz gerne in anderen Menschen ausleben. Ist praktisch. Man muss beim Fernsehkoch nachher nicht spülen. Man muss nicht ins Gericht und man muss nach einem Begräbnis keine Briefe mit Danksagungen rausschicken. Nennen wir es man Gefühle Light.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:19

Samstag, 28. November 2009

Ruhe

Man gewinnt Respekt vor dem Leben wenn einen Friedhof betrachtet. Und diese Ruhe beeindruckt mich. Diese vielen Geschichten die hier enden. Die Trauer erreicht mich nicht, denn ich kenne niemanden hier. Aber ein Spur von Leiden. Und Hoffnung. Man steht in einem Teil der Geschichte. Das berührt. Ruhe.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:17

Samstagsgedanken: Reparaturen

Es muss schon so drei, vier Jahre her sein, da versagte der frisch eingebaute Kühlschrank seinen Dienst. Genauer gesagt, der für mich frisch eingebaute Kühlschrank. Für den Lieferanten meiner Einbauküche war es just nach Ablauf der Gewährleistungsfrist. Tut uns so leid. Der herbeigerufene Monteur jedenfalls werkelte ein bisschen herum und diagnostizierte den Totalausfall des Kühlaggregats, was heißen sollte: Da muss ein neuer Refrigerator her. Als ich ihn fragte, ob man so etwas nicht reparieren oder austauschen könne, schaute er mich an wie meine 20-jährige Nichte, wenn ich ihr erzähle, dass in einem Bewerbungsgespräch nicht die klügste aller ersten Fragen die nach dem Urlaub ist. Jedenfalls konnte ich gleich einen neuen Kühlschrank bestellen. Prospekte und Bestellscheine hatte der Monteur anscheinend mehr dabei als Ersatzteile. Als letztes Jahr der Videoschacht meines TV-Video-Gerätes die Kassette fraß, war ich schon gewitzter und suchte mir aus dem Internet einen Reparaturbetrieb. Fernsehtechnik Schraub & Bau. Der letzte Dinosaurier seiner Zunft in München wie ich dachte. Vielleicht zur Erklärung: Video ist eine alte Nachkriegstechnik zur Wiedergabe von Filmen. Das war weit vor DVD, Blue Ray & Co. Ich brachte also mein All-in-One-Gerät zum Großmeister, der mir in drei Tagen Bescheid geben wollte. Als ich nach vier Wochen und einigen, nicht mehr so ganz freundlichen Telefonaten wieder eine Audienz bekam, nur deshalb, weil er mir einen neuen Wide-Screen-Flat-Monitor mit integriertem Receiver und Satellitendirektbild verkaufen wollte. Mein altes Lieblingsstück? Ach so! Das rentiere sich nicht mehr. Und Ersatzteile für so etwas gebe es schon seit Jahrzehnten nicht. Was, ich will sein Schnäppchen nicht? Für das Durchsehen des alten Hobels nahm er mir 20,00 Euro ab. Froh, dass ich hier raus kam, zahlte ich mein Lösegeld und durfte sogar mein altes SHARP mitnehmen. Was soll ich sagen? Man lebt auch ohne Video weiter. Letzten Monat quittierte plötzlich meine Lieblings-Bürowandlampe ihren 25-jährigen Dienst. Das aber mit einem gewaltigen Kurzschluss. Nach einigen Tagen Bedenkzeit wollte ich das Unmögliche angehen und wagen. Es muss doch möglich sein, dieses unschuldige Leben zu retten? Ich fuhr also in den nächsten Baumarkt und versuchte in der Elektrikabteilung einen Ersatzschalter zu erwerben. Das war jedenfalls meine Laienhafte Diagnose. Ein Mitarbeiter half mir auch tatsächlich und verwies mich auf ein Teil, das sicher passen würde. Wie ich zu Hause feststellte, stimmte das nicht so ohne weiteres. Nachdem ich, der vor allem, was mit Strom betrieben wird, einen gewissen Grundrespekt hat, den alten Stecker aufgeschraubt hatte, unterschied sich dieses Innenleben von dem anderen jedenfalls deutlich. Irgendwie baute ich den neuen Schalter ein und bekam einen noch größeren Kurzschluss als vorher, wenn man das überhaupt sagen kann. Was tun? Google versagte bei der Eingabe nach einem Elektroreparaturgeschäft seinen Dienst. Nur Verkaufsstellen ohne Service wurden in München angezeigt. Und mein Lieblings-TV-Shop „Schraub & Raub“. Dann tauchte unvermittelt ein winziges Elektrofachgeschäft in Moosach aus einer vergessenen Gehirnwindung auf. Sofort startete ich durch. Tatsächlich, das Geschäft gab es noch. Und ich war mir auch gleich sicher, dass es das sein musste. Es war nämlich geschlossen. Hurra! Ein Geschäft mit Mittagspause. Wie in der guten alten Zeit. Geduldig erledigte ich meine anderen Einkäufe und kehrte um 14:30 Uhr zurück. Entschuldigend packte ich meine Lieblingslampe aus. Ob sie noch reparieren? Die schon ältere Dame, ich vermute die Gattin und Xanthippe des Meisters musterte mich unwirsch. Das lohne sich doch nicht mehr, meinte sie. Für mich schon, wagte ich einen Einwand. Das koste aber viel Geld, zog sie ihren Joker. Ich zahle bis 50,00 Euro, konterte ich lässig. Das saß! Ich durfte die Lampe dalassen. Drei Tage später rief ich wie vereinbart an. Der Meister selbst nahm ab. Ja, die Lampe kann ich abholen. Sie hatte zwei Kurze in der Fassung und im Kabel. Hat er getauscht. 21,50 Euro. Ich strahlte und kurz darauf meine Lampe. Auf die nächsten 25 Jahre! Warum ich das erzähle? Weil ich nicht einsehen will, dass ich alles wegwerfen soll, was gerade noch neu gekauft wurde. Warum hielt früher ein Kühlschrank ein Leben lang? Warum konnte ich Schalter früher aufschrauben? Warum hat meine Autowerkstatt, in der noch Autos repariert werden, kaum noch Kunden? Weil das noch eine Werkstatt vor der Abwrackprämie ist. Eine, in der es nach Öl und Schweiß riecht und der Meister mit dem Schraubenschlüssel hantiert. Kein steriler Operationssaal, in dem Hochleistungscomputer Diagnosen in der Bordelektronik finden oder eben nicht. Wenn es da draußen noch so Verrückte wie mich gibt, die noch eine Schallplatte aufbewahren und einen PC mit Diskettenlaufwerk ausstatten oder die ein Auto fahren, das einen Motor und keinen Computer hat, dann sollte es doch möglich sein, dass sich die letzten Handwerker dieser Stadt zusammentun und einen Reparaturdienst für Haushaltsgeräte, Schuhe, Reißverschlüsse und Elektrogeräte gründen. Das kann ja heutzutage sogar virtuell passieren.

Ich bin mir sicher, ein solcher Verbund wäre die gigantische Geschäftsidee.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Spontaneitäten um 10:33

Freitag, 27. November 2009

Keinen Schritt zurück

Das Problem an dogmatischen Positionen ist, dass man im Prinzip mit dem Rücken an der Wand steht und damit alle Argumente und Sichtweisen nur in die eine Richtung möglich sind. Wenn man zum Beispiel die Überzeugung vertritt: kein Sex vor der Ehe, dann ist kein Raum für eine andere Richtung möglich. Denn mehr als keinen Sex kann man nicht haben. Somit merkt man, wie schwer so eine extreme Position zu bewahren ist. Vor allem von denen, die diese selbst vertreten. Mit dem Zölibat verhält es sich nicht anders.Somit sind, wenn man genauer hinsieht, extreme Positionen, die dogmatisch vertreten werden, mehr als verhaltensauffällig. Die einen kommen mit ihrer Homosexualität nicht klar und nehmen extrem rechtspolitische Positionen ein. Man denkt nur an John Edgar Hoover. Der hat es wirklich mit allem und jedem aufgenommen, der so etwas wie Freiheit beanspruchte, was eine Antwort auf seine Unfreiheit ist. Er war auch homosexuell. Du sollst nicht töten. Auch das ist so eine dogmatische Einstellung. Wenn dabei bedenkt, welch wichtige Rolle die Religion in Parteien und in der Politik spielen, verwundert es, dass genau das Töten im Namen des Volkes legitimiert wird. Nicht die Grünen müsste eigentlich das Attribut des Pazifismus begleiten, sondern CSU und CDU. Denn die tragen das 5. Gebot in ihrer Bezeichnung.Somit scheinen dogmatische Positionen eigentlich keine Positionen zu sein. Ähnlich verhält es sich auch mit dogmatischen Meinungen und ideologischen Einstellungen. Oft ist der Hintergrund ganz einfach ein emotionales persönliches Problem. Warum können sich Israelis und Palästinenser nicht einigen, obwohl die ganze Welt sich das wünscht? Und sogar der überwiegende Teil beider Lager auch. Auch hier sind es die extremen Positionen einiger Weniger, die das bis auf weiteres verhindern und unmöglich machen. Diese sind getrieben von schweren psychologischen Störungen. Somit müsste man die wenigen nur therapieren und die Welt sähe schon anders aus.Aber die Wenigen lassen sich nicht therapieren, denn sie stehen ja mit dem Rücken an der Wand. Somit können sie nicht von ihrer Position weichen. Der Schritt nach vorne fällt einfach zu schwer. Ein Dilemma für die Menschheit. Aber eins, das sich hartnäckig und schon ewig hält.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 16:50

Echt blöt gelaufen

Habe ich zufällig entdeckt beim spazieren gehen. Wunderbar. Die schönsten Geschichten schreibt eben das Leben. Und manchmal mit Kreide auf die Straße.

Geschrieben von Christof Hintze um 14:45

Sonntag, 22. November 2009

Erfolgsaussichten

Nun bin ich Mitte der 40er und weiß immer noch nicht genau, was Erfolg ist. Dabei habe ich so viele Formen und Varianten versucht, gewagt und erreicht, von denen ich wirklich dachte: Das muss Erfolg sein. Aber dann fühlte es sich gar nicht so an, wie erwartet. Somit reise ich weiter auf der Suche nach „dem Erfolg“. Mein Gott, wo und wann ich schon überall den Erfolg gesucht habe. Was mir auf den vielen Reisen durch den Kopf schoss, vor allem bei den vielen Richtungsänderungen, Wendepunkten und Neuanfängen, ist, dass ich von allen Reisen zum Erfolg immer irgendetwas mitgebracht habe. Und wenn es nur eine Erkenntnis war oder etwas anderes. Ich habe zwar den Erfolg bis heute nicht gefunden, aber ich habe eine große Sammlung von den vielen Reisen. Und wenn ich auf diese Sammlung schaue, dann kommt mir in den Sinn, dass genau diese Sammlung das sein kann, was man eventuell unter Erfolg versteht. Es sind die vielen Dinge, die man behält, die man nutzt, an die man sich erinnert. Der Erfahrungsschatz und die vielen lieb gewonnenen Dinge. Noch schöner ist, dass man auf dem Weg des Erfolgs auch Menschen kennengelernt hat, die einen schon so lange begleiten und wie es aussieht, auch weiter begleiten werden.Somit könnte Erfolg auch das sein, was man gesammelt hat und auf das man großer Zufriedenheit und einem ebenso großen Glücksgefühl blickt. Erfolg ist nicht das mehr, sondern das, was man geschafft hat und was bleibt. Verbunden mit der Freude, auch in Zukunft einige schöne Dinge und Aspekte seiner Sammlung hinzufügen zu können.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 20:35

They continued to cheerlead

"In America it was absolutely stunning how many highly paid business journalists missed the meltdown. They did not warn us. They continued to cheerlead [...] CEO after CEO who drove their company into disaster." Ariana Huffington während der Diskussion mit Matthias Döpfner, als es darum ging, dass Journalisten zunehmend Unabhängigkeit aufgeben, einfach um im Spiel zu bleiben, d.h. im Dunstkreis der Mächtigen. Man muss nicht Gutes kaputt reden, um hier Content zu entdecken, man muss einfach nur das Hirn eingeschaltet lassen und sich nicht für Interessen vereinnahmen lassen, die asozial, schädlich und immer mal wieder kriminell sind. "They continued to cheerlead." Genau.
Hier das Video:

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 08:02

Samstag, 21. November 2009

Samstagsgedanken: Bedeutung

Jetzt - sofort - gleich. Wenn diese Wörter fallen, was tut der erfahrene TV-Seher? Richtig, er wendet sich wichtigeren Dingen zu. Die nächsten sechs bis acht Minuten folgt mit Sicherheit ein Werbeblock. Das ist ein ähnliches „Gleich“ wie das vom Kind auf die Frage: „Wann räumst du endlich dein Zimmer auf?“ Dort dauert die Frist lediglich sechs bis acht Tage. In der Wirtschaft haben sich die Streifen- und Nieten-Manager den Terminus „Wir sind sehr gut aufgestellt“, ausgedacht, was bedeutet, es dauert noch maximal drei Monate bis zur Insolvenz. Die gibt es im Profifußball trotz permanenter Wettskandale nicht, vermutlich sind die Vereine auch „System relevant“, allerdings heißt es dort auch eher: „Wir müssen einfach nur mal wieder unsere Leistung abrufen.“ Was mich zu der Frage führt, wer ist denn verantwortlich für das Abrufen der eigenen Leistung? Halt! „Wir“ meint in diesem Fall gar nicht „ich“. Sondern das entspricht dem neutraleren „man“, das immer dann ein „wir“ oder „ich“ ersetzt, solange es transportieren soll „mich geht das alles nichts an!“ Im Beispiel klingt das dann so. Chef: „Meier, was könnten wir tun, damit Ihre Verkaufszahlen wieder steigen?“ - Meier: „Ja, also, man könnte mehr Werbung fahren“, oder "Wir im Vertrieb müssen nur mal wieder unsere Leistung abrufen." Der erfahrene Zwischen-den-Zeilen-Leser hat auch das „ja, also“ sofort identifiziert. Das wiederum entspricht dem in Interviews voraus geschicktem „Nun gut“ oder „Ich sach mal“. Mit dieser Redewendung werden Plattitüden eingeleitet. Auf deutsch: Keine Ahnung und es interessiert mich auch nicht! Das ist auch die richtige Antwort zur Frage: Was hören deutsche Lehrer von ihren Schülern am häufigsten? Der legendäre Blüm’sche Klassiker „Unsere Renten sind sicher!“ meint von je her ausschließlich die Renten der regierenden Oberklasse. Selbst Schuld, sollte sich das gemeine Prekariat und Volk mit einem „Uns“ eingeschlossen gefühlt haben, gell! „Uns“ geht es doch gut. Meint in diesem Fall natürlich „mir“, also „ich“! Das zeigt jetzt auch der eiserne Hans mit seiner Klage vor den Verfassungsgerichten, um doppelte und dreifache Versorgung einzuklagen. Wenn der Vorstand davon spricht, dass es „unserem“ Unternehmen gut geht, hat er „sich“ den Jahresbonus verdoppelt. Aber immer noch besser als ein „Wir sind sehr gut aufgestellt!“ Höchste Vorsicht Ihrerseits verlangt auch die Anmutung Ihres Vermögensberaters, der Sie vom Kauf eines derivativen Subprime Stock Bonds mit den einleitenden Worten überzeugen will: „Jetzt mal ganz ehrlich“, weil es bedeutet, ab hier wird gelogen. Beginnt Ihre Ehefrau, Freundin, Geliebte oder alle drei zusammen ihren Satz mit „Wir müssen reden“, dann haben Sie es wenigstens überstanden. Was im übrigen auch gilt, sollte Ihr Abteilungsleiter ein Meeting entsprechend anberaumen. Ein „Nur für Mitglieder“ an der Disko-Tür lässt für viele Teenager eine Welt zusammen brechen, meint aber nur „Du sieht scheiße aus.“ Das entspricht dann später dem „Haben Sie reserviert?“ oder dem Einleitungssatz bei Bewerbungsgesprächen, Castings und sonstigen Beurteilungen „Ihr Auftreten war wirklich ansprechend.“ Woran auch ein Verkäufer sicher erkennt, dass er den Kunden verloren hat, ist das Wörtchen "trotzdem“. - “Ich bedanke mich trotzdem für Ihr Angebot“, bedeutet lediglich: Trotz der Absage sollte sich der Angesprochene einen schönen Tag machen. Wobei die Verabschiedung „Einen schönen Tag noch“ übersetzt heißt: Blas mir den Schuh auf! - in der milderen Variante. In diesem Sinne wünsche ich heute allen ein schönes Wochenende noch und danke trotzdem für Ihre Aufmerksamkeit.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 12:42

Freitag, 20. November 2009

Richard St. John's 8 secrets of success

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:01

Donnerstag, 19. November 2009

Ken Robinson says schools kill creativity

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:31

Wie Wasser sich einen Weg sucht

Die Angst ist für den Menschen überlebenswichtig. Intuitiv auf Angst reagieren zu können und zu ganz besonderer Leistung fähig zu sein, hat vor tausenden von Jahren dem Menschen, der Spezies Mensch, das Überleben gesichert. Die Angst war somit ein wichtiger Begleiter im Kampf um das Überleben.Man stelle ich nur mal vor, man steht da mit so ein paar Jägern im Dschungel und hört plötzlich ein Geräusch, das einem sofort die Angst in die Knochen fahren lässt. Intuitiv klettert man sofort auf einen Baum, so hoch man kann. Und genau diese Aktion rettet einem das Leben, rettet vor einem üblen Zeitgenossen. In unserer Zeit würde man erst mal einen Arbeitskreis bilden, der das Geräusch analysiert. Oder man würde einen Unternehmensberater holen, der einem sagt, was das Geräusch bedeuten könnte. Auch sehr wirksam wären die vielen jungen Jäger, die ein solches Geräusch noch überhaupt nicht zuordnen können und in alle Richtungen fliehen, sich hinter erbärmlichen Büschen verstecken, in Erdhöhlen springen oder auch schlau in den reißenden Fluss.Wir sind nur ein paar tausend Jahre weiter. Betrachtet man die gesamte Zeitgeschichte, sind wir die Greenhörner auf diesem Planeten. Würde man eine Einteilung der gesamten zeitlichen Erdgeschichte machen und diese über 24 Stunden verteilen, dann beginnt unsere Geschichte auf diesem Planten 3 Minuten vor Mitternacht. Die anderen 23 Stunden und 56 Minuten gab es uns nicht. Somit ist die Angst ein wesentlicher Bestandteil unserer Spezies. Deshalb gibt es diese auch und sie soll uns schützen. Wenn uns aber echte Angst nicht mehr begegnet, dann sucht sie sich wie Wasser ihren Weg. Oder noch schlimmer, staut sich. Angst, die nicht abfließen kann, bleibt in uns und richtet Schaden an. Denn Angst muss fließen können, muss raus, damit neue sich entfalten kann. Angst hat ein Haltbarkeitsdatum, dass, wenn es abgelaufen ist, dazu führt, dass es übel stinkt in einem. Das Abbauen von Angst, um frische nachzufüllen, ist ein Bestandteil unseres Tages. Jeden Tages. Aber was machen wir, wir sitzen da und die Angst frisst sich in uns hinein. Sie häuft sich und sie ist längst abgelaufen. Somit bedrängt uns alte Angst und neue Angst und Zukunftsangst auf einmal. Das kann zu viel sein und werden, wenn echte Ängste hinzu kommen, vor allem über einen längeren Zeitraum. Die Angst ist somit ein positiver Bestandteil unserer Psyche, denn sie sichert unser Leben und hilft uns intuitiv, das Richtige zu tun und zu entscheiden. Aber unser Umgang mit der Angst ist oft dumm, abweisend und dilettantisch. So viel ist mal klar.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:27

Mittwoch, 18. November 2009

Die Leere in meinem Kopf

Wenn man Großes erreicht hat, stellt sich eine totale Leere ein, denn alles hat sich auf das Große konzentriert. Somit ging das Denken über dieses eine Ereignis nicht hinaus. Ist es dann vorbei, dann stellt sich so eine Ruhe und Leere ein. Man könnte sagen, man fällt in ein Loch. Früher habe ich mich immer gefragt, was für einen Blödsinn zum Beispiel Sportler antworten, wenn sie nach einem großen Sieg immer und immer wieder antworten: Das muss ich erst mal sacken lassen. Das kann ich noch gar nicht begreifen. Da will man etwas so sehr, hat es dann und stellt fest, dass man es nicht begreifen kann? Ja!Denn was wir nicht wissen oder vergessen ist, dass jeder, der Großes erreichen oder erzielen will, auch Großes verpassen kann. Dieser Gedanke ist ebenso präsent. Somit scheint der erste Gedanke zu sein: Ein Glück, nicht gescheitert. Und über das errungene Glück macht man sich erst jetzt Gedanken.Der Trainer von Mike Tyson hat seinen Schützling genau mit dieser Methode so heiß gemacht, dass er dachte, wenn er den nächsten Kampf verliert, verliert er alles und vieles darüber hinaus. Dass alles weg ist, alles vorbei und er nichts mehr ist und hat. Diese Angst hat Tyson so angetrieben, dass er vor Kämpfen vor Angst geweint hat. Sein Gegner war somit kein Gegner, sondern jemand, der angetreten war, seine Existenz zu zerstören. Nun versteht wohl auch der Letzte, warum die frühen Kämpfe nie länger als 30 Sekunden gedauert haben und die Gegner alle ein Nahtoderlebnis für ihn waren. Es ist die Angst, die Kräfte frei setzt, von denen wir selbst nicht wussten, dass wir diese überhaupt mobilisieren können. Aber dieses Prinzip als Methode nutzt sich ab. Das Gehirn kann dieses Szenario nicht ständig wiederholen. Irgendwann sagt die Psyche auf dem Gehirn eines Mike Tysons, so schlimm wird es schon nicht kommen. Bumm. Und dann liegt er in der Ringecke.Ich beschreibe das, weil auch ich für meine Verhältnisse einen großen Sieg errungen habe. Aber da ist diese Leere in meinem Kopf. Ich denke weniger darüber nach, dass es endlich geschafft ist, sondern was passiert wäre, wenn ich gescheitert wäre. Darum diese Leere. Zudem ist ein Ziel erreicht. Ein Ziel, mit dem ich mich lange beschäftigt habe. Es liegt nun hinter mir. Dieser Gipfel ist erklommen. Somit brauche ich schnell ein neues Ziel, wenigstens in Sichtweise. Es muss noch nicht greifbar sein. Aber ich will auch diese Leere beenden und mich freuen. Warum ich das von Mike Tyson erzähle, hat einen Grund. Ich bin mir nicht sicher, ob auch ich und viele andere, gerade dann zu Höchstleistungen fähig sind, wenn wir von der Angst getrieben werden. Wenn dem so ist, dann fände ich das sehr traurig und schade, wenn es die Angst ist, die uns antreibt und nicht die Lust. Rückblickend auf mein Leben muss ich schon sagen, dass es vor allem die Angst vor dem Versagen und Verlieren war, die mich meistens wesentlich mehr angeschoben hat als die Lust. Mein Lust ist oft faul und braucht nicht viel. Meine Lust ruht. Sie verweilt, reift und genießt. Meine Lust sitzt oft einfach nur da und nimmt in sich auf. Meine Lust ist zufällig und spontan. Meine Lust überrascht mich. Meine Lust ist nicht getrieben von Selbstnutz und Eigennutz. Sie stellt die Pausen zwischen den vielen und langen Phasen der Befürchtungen und Ängste dar. Lust ist der Lohn der Angst, könnte man sagen, falls man dazu dann noch fähig und bereit ist. Wer die Lust nicht mehr empfindet, erwartet und genießt, den hat die Angst vollends im Griff.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 19:11

Der andere Reisebericht

Zur Zeit befinde ich mich auf einer Reise durch meine Psyche. Mich hat eine temporäre exogene Depression ereilt. Auch neurotische Depression genannt – oder auch Erschöpfungsdepression – (verursacht durch länger andauernde belastende Erfahrungen in der Lebensgeschichte). Die Reise kann einige Wochen andauern. Auf dieser Reise muss ich mich an neue Umstände gewöhnen und neue Verhaltensregeln befolgen. Bemerkt habe ich das sehr einfach und deutlich. Und der Auslöser ist mir auch sehr klar. Mal wieder stand mehr oder weniger die Existenz auf dem Spiel. Das Ganze auch noch umgeben von einer Vielzahl willkürlicher Umstände, die mehr oder weniger Energie kosten, übel ausgehen können und einfach nur belastend sind. Ob dem wirklich so ist, weiß man auf dieser Reise leider nicht wirklich. Aber es fühlt sich so an. Die Summe der Monster, die einen bedrängen und umgeben, nimmt bedrohliche Formen an, obwohl einem eigentlich klar sein müsste, dass es keine Monster gibt. Aber was nützt einem das. Die Angst und die Befürchtungen geraten außer Kontrolle. Der Druck, der sich lange aufgebaut hat und jetzt wieder mal einen Höhepunkt gefunden hat, musste raus. Und das Ventil heißt in diesem Fall – Psyche.Ich kann so locker darüber schreiben, weil ich der festen Überzeugung bin, dass nur außerordentlich starke Charaktere ein Problem mit dieser Art von Schwäche bekommen können. Oder anders gesagt, wo keine Muskeln, da auch kein Kater. Und trotzdem mal wieder einiges gut ausgegangen ist und der Rest gut auszugehen scheint, konnte ich mich über die wichtigste Entscheidung nicht wirklich freuen, weil sie mir wieder vor Augen geführt hat, dass ich nur eine drohende Katastrophe verhindert habe. Es ist Teil der beruflichen Selbständigkeit, dass man immer wieder vor einem Abgrund steht. Diesen erreicht man nicht mal selbst, sondern vor diesen wird man plötzlich gestellt. Es kostet dann doch Zeit, Kraft, Energie, Nerven und Substanz, ein drohendes Ereignis zu verhindern und sich eine Perspektive zu erarbeiten. Aber es ist auch

Teil der gewählten Lebensform. Wer Freiheit will, muss den Totalverlust von Sicherheit in Kauf nehmen. Man wird älter und die Intervalle dieser Bedrohungen sind kürzer und sie haben sich gehäuft. Dann kommt da noch die Jahreszeit hinzu und einige Umstände mehr. Und plötzlich weiß man nicht mehr, warum man aufstehen soll. Es ist so, als ob jemand bei einem der Duracell Häschen einfach die Batterie rausgenommen hat. Man erreicht einen psychischen und emotionalen Stillstand, obwohl die Welt sich weiter um einen herum dreht. Die Kräfte, die einen sonst durch den Tag begleiten und tragen, schwinden. Vor allem Morgens, Mittags erreicht man eine erträgliche Form und Abends geht es einem erheblich besser. So wird jeder Tag mit dem Öffnen der Augen eine lange quälende Begegnung, die sich im Verlauf desselben aufheitert und bessert. Aber der nächste Morgen kommt bestimmt.Ich habe mich entschlossen, diesem Problem ebenso zu begegnen, wie denen, die es ausgelöst haben – mit meiner ganzen Aufmerksamkeit. Nichts verschönern, nichts verstecken, nichts schön reden. Schritt für Schritt abarbeiten. Allem so begegnen, damit auch dieses Problem schon bald der Vergangenheit angehört und man das damit verbundene Monster entzaubert. Mein Leben ist mir zu kostbar und zu schön, als dass ich mit diesem Problem defensiv umgehen wollte. Gerade jetzt nicht, genau jetzt nicht. Das Schöne an mir und meiner Person ist, dass mir nichts peinlich ist. Deshalb bin ich auch guter Dinge, dass dies der letzte Reisebericht in die Welt der Depression sein wird. Und wie vieles in meinem Blog ist auch dafür Raum und Platz da. Für die Angst vor dem Versagen. Für die Angst vor dem Verlieren. Für die Angst vor der Angst. Denn ich gehöre zu den starken Persönlichkeiten. Ich riskiere immer viel. Ich wage zudem auch viel. Mein Lebensweg bescheinigt mir das. Und mein Charakter sagt mir das. Aber jeder, der so angetrieben ist, muss mal stehenbleiben, in die Knie gehen oder fallen. Das ist ein Zeichen seiner unablässigen Anstrengung. Dass es mich trifft, scheint unausweichlich. Wenn man die Belastungen der zurückliegenden Jahre in eine chronologische Reihenfolge stellt, dann weiß ich, dass ich nun eine, nämlich meine Grenze der Belastbarkeit erreicht habe und mein Körper mir das klar und deutlich signalisiert. Ob ich was verändern werde? Ja, den Umgang mit den Dingen, die mich Energie kosten. Energie, die ich nicht mehr habe, oder nicht mehr so leicht zu verteilen habe. Mein Energiemanagement werde ich ändern. Nicht alles und jeder kann sich mehr in Zukunft meiner vollen Aufmerksamkeit gewiss sein. Aber die mit mir rechnen dürfen, dafür um so mehr. Die Energie ist nicht endlos. Und wie gesagt, das Alter und andere Umstände steuern ihren Teil dazu bei. Somit muss ich den Umgang mit meiner Energie neu ordnen. Und wie schon vor einiger Zeit beschrieben, mit den Dingen die mir willkürlich begegnen, lernen, gelassener umzugehen und diese an Menschen weiter zu delegieren, die viel besser damit umgehen können. Ich muss nicht alles machen und können. Sondern immer mehr genau das, was ich dazu tun kann und will. Und ich bin froh, dass ich weiß, was ich habe und es nicht Jahre verheimliche, verstecke oder verdränge. Ich habe keine Angst vor der Krankheit, weil ich gute Freunde habe, die diese Krankheit leider bestens kennen. Ich habe keine Angst vor den Folgen dieser Krankheit, denn ich weiß, dass es wie alles in meinem Leben ein weiteres zu meisterndes Kapitel ist. Und somit füge ich nur ein weiteres Kapitel meiner Reise hinzu. Das Einzige, was mich ein wenig ärgert ist, dass ich eigentlich einen großen Moment zur Freude verpasse, weil meine Psyche sich nicht mit mir freuen will. Dann muss ich das Fest eben verschieben. Und das werde ich auch.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:40

Samstag, 14. November 2009

Samstagsgedanken: Sonnenschirm

Ein Haiku ist einen japanische Gedichtform, die in ihrer traditionellen Richtung aus drei Zeilen oder Wortgruppen mit jeweils fünf, sieben und fünf Silben besteht. Das Thema des Haiku ist es, ein subjektiv empfundes Naturerleben im Augenblick fest zu halten.Mein Vater schrieb dieses Haiku vor Jahren. Unabhängig davon schoss ich dieses Bild - ohne das Haiku zu kennen. Jetzt kommen beide zusammen."Dieser Sonnenschirm.Stiehlt sich aus des Himmels Blaueinen roten Fleck."Helmut Falkenberg

Geschrieben von Kai Falkenberg in Weite Welt um 08:00

Donnerstag, 12. November 2009

Passwort eingeben

Wie viele Passwörter hatte man 1970? Ich meine keins. Das erste Passwort, das Menschen sich schon nicht merken konnten, war der Pincode der EC Karte. Wohin überall haben Menschen vier einfache Zahlen gekritzelt. Wahnsinn. Heute hat jeder normale Mensch durchschnittlich zwischen 10 und 70 Passwörtern. Denen gesellen sich noch mal 5 bis 25 Benutzernamen hinzu. Somit nimmt der Wahnsinn seinen Verlauf. Denn in aller Unregelmäßigkeit muss man einen Teil der PINs und Passwörter neu erlernen, erneuern oder was auch immer. Für Menschen ist es schon psychischer Stress, wenn sie dem Geldautomaten gegenüberstehen. Was war noch mal die Nummer? Was war die Richtige? War es die oder die? Wie war noch mal der Rhythmus, das Bild bei der Eingabe? Welche der 10 Eselsbrücken führt zur richtigen Nummer? Dass da noch keiner was erfunden hat, was einen eindeutig und zuverlässig erkennt, damit der Blöd- und Wahnsinn mit diesen ganzen Nummern, Buchstaben, Wörtern und Kombinationen aus allem ein Ende hat. Da lassen sich Menschen unglaublich komplexe Systeme zur Datensicherheit einfallen und der Großteil nimmt als Pin ein Geburtsjahr, das eigene, das der Frau, des Mannes, des Kindes. Sicher ruhen hier schon 80% aller Geheimzahlen. Einige andere haben so witzige Einfälle wie 1234 oder 4321 oder 2222. Auch nett ist 5555. Egal. Das Problem ist längst erkannt. Alle Systeme, die einen Sicherheitsaspekt berücksichtig sehen wollen oder müssen, brauchen eine eindeutige Erkennung und einen ebenso sicheren Umgang. Bis dahin, bis das jemand ausgetüftelt hat, dürfen wir weiter grübeln, nachsehen und nachfragen. Was war noch mal? Wenn man sich die Entwicklung der Passwörter der letzten 10 Jahre ansieht, dann würde das bedeuten, dass wir in weiteren 10 Jahren ja 100 solcher kleiner geheimer Schlüssel irgendwo und irgendwie mit uns herumtragen. Somit steigt die Quote, dass 99% das Geburtsjahr wählen und zwar das eigene. Somit sinkt mit zunehmendem Sicherheitsbedürfnis der Sicherheitsstatus. Eine paradoxe Entwicklung. Noch waren Pins und Passwörter sicherer als 1980 ohne sie, aber sie werden immer unsicherer. Macht da mal einer was dagegen. Oder dafür. Egal, wie man es sieht, Hauptsache dieser Wahnsinn hat ein Ende und ich meine Ruhe. Ich träume von einem Masterschlüssel für mich. Ein Schlüssel für alle, das Haus, das Auto, die Bank, das Portal – für alles. Nie mehr nachdenken. Nie mehr verlieren. Nie mehr Unsicherheit.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:41

Mittwoch, 11. November 2009

Ein trauriger Tag

Robert Enke hat sich das Leben genommen. Erfolgreich. Sympathisch. Berühmt. Viel Geld. Verheiratet. 32 Jahre jung. Darf jeden Tag Fußball spielen. Alle äußerlichen Merkmal lassen darauf schließen, dass hier doch eigentlich ein glücklicher und zufriedener Mensch lebte. Mit tollen Perspektiven. Dem war nicht so. Bei Nichten. Deshalb möchte ist das zum Anlass nehmen mit einem blödsinnigen und dummen Sprichwort abzurechnen: Die Zeit heilt alle Wunden. Schwachsinn! Wer das erlebt hat, was er erlebt hat, der weiß das dem leider oder zum Glück nicht so ist. Ich denke das er sich einfach die Frage beantwortet hat, welcher Mensch ihn wohl am meisten benötigt. Und nun ist er diesem ganz nah.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 08:26

Dienstag, 10. November 2009

Gelassenheit vs. Ungeduld

Tempo! Es geht wie oft um die Geschwindigkeit, nicht um Taschentücher. Jeder der mich kennt weiß, dass Geduld nicht zu meinen Stärken gehört. Darauf bin ich nicht stolz, denn oft wird Ungeduld mit Macher-Allüren verwechselt. Nur weil einer keine Nerven hat oder kein Zeit- und Taktgefühl, heißt das noch lange nicht, dass er schneller auch besser ans Ziel gelangt.Ungeduld ist eher ein Problem von Kontrollverlust. Man kann seine Prioritäten nicht einordnen und einsortieren in die anderer Menschen und Systeme. Deshalb mag ich meine Ungeduld nicht, weil sie nicht konstruktiv ist und auch nicht zielführend. Außer dass sie mich und andere stresst, hat sie nichts tolles, lobenswertes oder positives an sich und für sich. Komisch, dass man in der öffentlichen Darstellung und Wahrnehmung der Ungeduld auch positive Seiten abgewinnen kann. Wenn ich ungeduldig werde oder bin, ist der Zustand eher hinderlich, destruktiv, zerstörerisch. Er verlangsamt sogar das zu beschleunigende oftmals. Es bringt in der Sache nichts, ungeduldig zu sein. Es dient der Sache nicht. Es macht sie in der Regel nie besser, eher schlechter.Doch bin ich immer noch ungeduldig. Sehr sogar. Wenn ich eine Eigenschaft eintauschen könnte, dann wäre es auf jeden Fall und eindeutig Ungeduld in Gelassenheit. Ich glaube, ich würde sogar Geld dafür zahlen. Viel Geld. Ich würde sogar weiter gehen, viel weiter, sehr viel weiter – wenn es bloß „sofort“ passieren würde.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:07

Montag, 9. November 2009

Internet – Ein Zug fährt ab. Mit Ihnen oder ohne Sie?

Die meisten haben noch Homepages, dabei gibt es längst Buinesspages.
Die Elektrizität, vor allem deren Verbreitung, hat das Gesicht der Wirtschaftslandschaft verändert. Man könnte sagen, hier liegt der Ursprung für eine breite Mittelschicht, denn erst der Strom ermöglichte diese. Mit dem Strom entstanden unzählige Gewerbe und Dienstleistungen. Doch der ehemals breite und gesunde Rücken – auch Mittelstand genannt – schrumpft. Und zwar nicht, weil die Politik versagt oder die Manager zu viel bekommen. Nein, ganz einfach, so wie damals die Elektrizität alles veränderte, verändert nun das Internet die Wirtschaftslandschaft. Somit kann man die ungefähr 100-jährige wirtschaftliche Vergangenheit als temporär bezeichnen. Und nun beginnt eine neue Zeitrechnung. Es wird viele Verlierer geben und einige wenige Gewinner. Das ist das Ergebnis des Wandels. Denn immer mehr Gewerke, Produkte und Dienstleistungen gehören der Vergangenheit an und werden somit sukzessive verschwinden. Am deutlichsten erkennt man es bei den Verlagen, Zeitschriften und Medien. Das Internet macht diese zunehmend überflüssig.
Kunden und Interessenten landen in Zukunft auf einer Landingpage, sie kennen nicht mal die Domain.
Auch alle anderen Branchen im Mittelstand werden davon betroffen sein. Denn wer im Internet nicht zu finden ist, den gibt es schlagartig nicht mehr. Das wird so sein, als ob man heute kein Telefon hätte und sich wundert, dass die Aufträge ausbleiben. So entscheidet über Erfolg und Misserfolg, wo man bei den Suchmaschinen zu finden ist. Die wenigen Erfolgreichen stehen vorne, die weniger Erfolgreichen dahinter, und der große Rest verschwindet. Das ist keine Zukunftsmusik, es passiert schon. Schauen wir uns doch mal nanny4yourkid an. Das ist ein Unternehmen, wie in Zukunft viele aussehen und aufgestellt sein werden. Minimale Kosten, keine Werbung, keine Stellenanzeigen in Tageszeitungen. Die Kostenstruktur ist weitaus geringer, als sich das viele andere vorstellen können. Und das bei maximalem Erfolg, denn alle Kunden kommen über das Internet, über die Suchergebnisse. Man tippt nanny münchen oder nanny gesucht oder was auch immer in Verbindung mit Nanny ein und was erscheint dann immer auf der ersten Seite der Suchergebisse: nanny4yourkid. Viele folgen dem Link und glauben, das gefunden zu haben, was sie suchen, und so ist es auch. Mehr braucht Erfolg in der Zukunft nicht. Der Aufwand der Vergangenheit ist obsolet. Was dies volkswirtschaftlich bedeutet, kann man an fünf Fingern abzählen. Wer sich nicht lokal im Internet ganz nach vorne bugsiert, der verschwindet.
An die Aufträge der Zukunft kommt man einfach so, wenn man es auch einfach so richtig macht.
Somit wird sich die breite Mittelschicht, das Rückgrat Mittelstand, stark reduzieren. Das wird den Preiskrieg weiter entfachen und eine völlig reduzierte Kostenstruktur zur Folge haben, die nur mit Hilfe des Internets umzusetzen ist, wenn man die fachlichen Qualitäten nicht vollends den Bach runtergehen lassen will.Schauen wir mal auf die Bildagenturen, die zeigen uns den Weg auf und zeichnen diesen vor. Da gab es unzählige, die alle gutes Geld verdienten, bis sie mit dem Aufkommen der digitalen Fotografie unter Preisdruck kamen. Fotos entstanden in unglaublicher Geschwindigkeit, Menge und Qualität. Somit raste die Wertschöpfung in den Keller und viele Bildagenturen gingen unter. Eine Welle von Zusammenschlüssen fand statt. Aber dann holte das Internet seinen schweren linken Haken raus. Bilddatenbanken wie istockphoto entstanden. Dort gibt es Bilder ab 1 EUR, in unglaublicher Masse, Geschwindigkeit und Qualität. Das war es für viele Bildagenturen. Die Rechtfertigung für ein betriebswirtschaftliches Dasein war erloschen. Somit gibt es nun wenige, die viel machen und viele, die nichts mehr machen.Dieses Beispiel kann man auch 1:1 auf die Medien übertragen, hier wird es ebenso verlaufen, aber auch auf den gesamten Mittelstand. Wer heute Notar in Hamburg ist, Hautarzt in Freiburg, Wirtschaftsprüfer in München und diese vielen tausend Dienstleister und Handwerker mehr, alle diese werden verschwinden. Übrig bleiben genau diejeingen, die mit dem Internet gegangen sind und die, wenn man den entsprechenden Suchbegriff, die Suchbezeichnung eingibt, ganz vorne und somit ganz oben stehen.
Wer auf neuen Wegen zu alten Zielen gelangen will, der muss sich mit den neuen Gesetzmäßigkeiten anfreunden.
Die Qualität scheint den Menschen bei weitem nicht so wichtig zu sein wie die Bequemlichkeit. Die Menschen zahlen bei Amazon im Schnitt mehr als im Buchhandel, weil sie es sofort haben wollen und der Expresszuschlag nicht ohne ist. Aber es ist am nächsten Morgen auch wirklich da.So kämpft eine alte Wirtschaft um Aspekte, welche die neue Wirtschaft nicht interessiert. Um Qualitätsstandards, die kaum einen wirklich interessieren. Die Summe derer, die wirklich Wert auf eine solche Art von Qualität legen, scheint zu gering, um darauf ein ordentliches Geschäftsmodell aufzubauen.Eventuell haben sich auch viele etwas vorgemacht, was die Qualität zu bestimmten Aspekten betrifft. Beispiel Buchhandel: Warum soll ich für einen Bestseller 20 Kilometer in die Stadt fahren, mir einen Parkplatz suchen, mich in das Gedränge einer Stadt zwängen, einen Verkäufer suchen, mich an der Kasse anstellen ... wenn man dasselbe Ergebnis in 10 Sekunden bequem von zu Hause aus haben kann.Ich prognostiziere, dass das, was wir mit dem notework im kleinen begonnen haben, schnell zu einem lebensnotwendigen Modell für diejenigen wird, die den Schuss gehört haben, sich lokal im Internet mit Unterstützung eines Online-Redaktionssystems zu qualifizieren. Wer keine Landingpage hat, auf der potenzielle Kunden und Aufträge im Internet landen können, der steht schon bald ohne

Kunden und Aufträge da.
Suchmaschinen können nicht qualifizieren, das müssen Sie tun. Sonst erfährt niemand, was er hätte haben können.
Und so wird sich das Gesicht der Wirtschaft grundlegend verändern. Bei youtube waren 60 Mitarbeiter beschäftigt, als das Unternehmen für 1,65 Mrd. US Dollar gekauft wurde. 60. Und welche Investitionen muss jemand tätigen, der den Content am Tag über 60.000 mal gratis bekommt? Effizienz hat ein ganz anderes und neues Gesicht bekommen. Jetzt versteht man auch das verzweifelte und zerstörerische Verhalten der Einkäufer in großen Konzernen. Nur eins müsste denen eigentlich klar sein, das ist für sie unerreichbar. Somit können sie den Quatsch, alle und alles auszupressen, bis nicht mal mehr die Substanz vorhanden ist, um etwas Produktives zu erzeugen, gleich lassen.Überall an allen Ecken und Enden trennt man sich von allem, was geht und darüber hinaus, um einen Kampf zu gewinnen, der schon verloren ist.Wer sich retten will, gerade im Mittelstand, der sollte sich schleunigst als „Loacal Hero“ im Internet in Szene setzen. Denn dafür muss er nicht mehr die Trikots der D-Jugend bezahlen oder eine Bandenwerbung am Tennisplatz. Er braucht keinen Eintrag mehr in den vielen sinnlosen und überflüssigen Verzeichnissen. In den gelben Seiten schon gar nicht. Was er braucht, ist einzig und allein eine Top Platzierung im Internet, zu den für sein Geschäftsmodell relevanten Suchbegriffen.
In Zukunft werden immer mehr Systeme erfolgreich sein, die es verstanden haben, mit weniger mehr zu erzielen.
Und das ist kein Geheimnis. Google sagt und schreibt es überall: Qualifizieren sie ihren Content. Warum machen das nicht mehr oder alle? Weil es Arbeit ist. Die Investition beginnend ab 3.000 EUR für ein funktionierendes Online-Redaktionssystem ist es nicht, sondern die Umstellung, das Neue, das Andere, die damit zusammenhängende kontinuierliche Pflege. Der Mensch ist dann doch ein Gewohnheitstier. Diese wird ihm nur teuer zu stehen kommen. Somit gilt es, sich gedanklich darauf vorzubereiten, wie eine Volkswirtschaft aussieht und funktioniert, wenn der breite kräftige Rücken des Mittelstandes nicht mehr da ist. Wenn einfach 80% der Dienstleistungen, Handwerker, Produkte und Angebote wegfallen, weil sie keiner mehr braucht. Die Fragen, die wir uns noch leise stellen, werden lauter und lauter. Braucht man das? Will man das? Wer bezahlt das? Und wenn alle Bücher, die auf der Welt verkauft werden, irgendwann von einem Unternehmen verkauft werden? Nicht, weil es die Anderen mit Preiskrieg zerstört hat oder mit Produktvarianten in den Schatten gestellt hat, sondern einfach nur aus dem Grund, weil der Konsument eben nur noch dort kauft. Was passiert dann mit den ganzen Buchläden und anderen Anbietern im Internet? Und wenn von der Theorie nur 80% Wirklichkeit wird, verändert das unsere Volkswirtschaft deutlich. Fernsehen über das Internet bei einem Anbieter. Musik über das Internet bei einem Anbieter. Reisen über das Internet bei einem Anbieter. Und so weiter und so weiter.
Im Prinzip werden die Karten neu verteilt. Nur an dem Tisch werden viele nicht sitzen.
Hier geht es nicht darum, ob wir das wollen oder nicht. Es ist nicht aufzuhalten. Das Internet ist eben nicht nett, nicht zu einem Großteil unserer Wirtschaft. Das hat es auch nie behauptet. Aber die Entwicklung ist in vollem Gange und sie ist nicht mehr aufzuhalten.Die Konzentration und die Reduzierung auf einige wenige und alle anderen gehen leer aus, ist das nächste Kapitel in der Betriebswirtschaftslehre, das Volkswirtschaften nachhaltig verändern wird und politische Systeme unter andere Vorzeichen stellt. Der breite Wohlstand für alle, ein positiver Nebeneffekt der Elektrizität und deren Verbreitung, geht in die letzte Runde. Das Internet bringt diesen positiven Nebeneffekt nicht mit sich, sondern ganz im Gegenteil, es hat die unangenehme Nebenwirkung, genau dieses breite Fundament der Volkswirtschaft auf einige wenige Säulen zu stellen.
Wenn aus Ihrem Geschäftsumfeld von 10 bald 8 wegfallen, gibt es nur einen Grund, warum 2 überlebt haben. Sie sind im Internet zu Hause. Und besser zu finden gewesen.
Und jeder muss sich fragen, ob er eine der Säulen ist oder sein will, oder doch lieber eingemauert bleibt im Fundament der Geschichte. Also, ich wundere mich, wie Wenige diesen Tatsachen und Wirklichkeiten ins Auge blicken und begegnen. Dabei kann man, wenn man will, diese Entwicklung an allen Ecken und Enden unserer Wirtschaft beobachten. Aber so sind wir nun mal, wir reiten lieber tote Pferde weiter, anstatt einfach unsere Einstellung und unser Handeln zu verändern. Der Mensch ist so unglaublich stur und blind und will nachher nichts gewusst und gesehen haben.Das notework, unser Netzwerk der Verbundenheit, ist nichts weiter als die Verbindung von Online-Redaktionssystemen, die eine Art moderne Arche Noah darstellen, um lokal oder zu speziellen Eigenschaften gefunden zu werden. Diese sorgen dafür, dass alle, die dabei sind, in den Suchmaschinen auch wirklich gefunden werden. Und zwar bei den freien Suchergebnissen. Ohne Tricks und Kniffe. Einfach genauso kontinuierlich und konsequent, wie es sich die führenden Suchmaschinen vorstellen und wünschen. Wir qualifizieren Businesspages, was die Suchmaschinen unmöglich von sich aus leisten können. Wir versorgen das notework mit Content, denn wenn alle ihr Wissen auf Sicht aus dem Internet beziehen, dann ändern sich grundlegend die Gesetzmäßigkeiten. Es ist nicht mehr wichtig, dass ein Unternehmen mit dem Buchstaben „A“ beginnt wie zu Zeiten der gelben Seiten. Sogar Domainnamen sind unwichtig. Das Einzige, was zählt, ist, gefunden zu werden. Und zwar nicht unter den Begriffen, die Unternehmen sich oft in ihrer Naivität vorstellen, sondern mit genau den Begriffen, die potentielle Interessenten und Kunden tatsächlich eingeben.
Stellen Sie sich einfach vor, wie lange Sie Ihr Business ohne Telefon erfolgreich hätten bestreiten können. So ist es schon jetzt ohne Internetpräsenz.
Somit stellen sich jedem die Fragen: Wo bin ich in 5 Jahren? Wenn ich den Zug eines Online-Redaktionssystems ohne mich abfahren lasse? Wenn ich mich nicht vernetzen lasse in einem Netzwerk, das mir hilft und dem ich helfe? Wenn ich wie gewohnt weitermache?

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:33

Sonntag, 8. November 2009

How to be happier

Obwohl wir normalerweise denken, dass wir in bestimmter Weise handeln, weil wir uns irgendwie fühlen, ist es möglicherweise oft eher so, dass wir uns in bestimmter Weise fühlen, weil wir irgendwie handeln. Sagt das Happiness Project:
"More than a century ago, philosopher and psychologist William James described this phenomenon: “Action seems to follow feeling, but really action and feeling go together; and by regulating the action, which is under the more direct control of the will, we can indirectly regulate the feeling, which is not.” By acting as if you feel a certain way, you induce that emotion in yourself."
Erinnert mich an den alten Rat: Der erste Schritt, um sich wohl zu fühlen, ist, so zu tun, als ob man sich wohl fühlt.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 13:25

Samstag, 7. November 2009

Werbeagentur in München gesucht

Beeilen Sie sich. Meiner Meinung nach wird es hier einen weiteren Kahlschlag geben. Zudem ist der Standort nicht ohne. Er ist teuer und München ist keine Hochburg, was gute Agenturen betrifft. Es ist schön hier, keine Frage, aber die Agenturen verschwinden seit Jahren auf Nimmerwiedersehen. Sie sind schon stark ausgedünnt. Jede Krise reißt die Werbung mit sich. Und derer sind es dann doch zu viele in zu kurzen Intervallen.Es ist vergleichbar mit Eiswagen im Park. Wenn da an den heißen Tagen 100 Eiswagen die Menschheit mit köstlichem Eis versorgt, dann freuen sich alle. Gibt es etwas Schöneres an einem heißen Tag, als köstliches Eis? Wenn nun aber alle 2 bis 3 Jahre ein nasser und kalter Sommer aufeinander folgt, dann essen die Menschen genau in diesem Sommer weniger Eis. Wer will es ihnen verdenken bei dem Sauwetter? Somit geht ein Eiswagen nach dem anderen vor die Hunde und der Rest hält sich gerade noch so über Wasser. Jedes Jahr werden es weniger und weniger. Und es merkt kaum einer. Wer denkt bei nasskaltem Wetter schon an Eis. Okay – Kinder, aber die haben in diesem Fall nichts zu sagen.Alle hoffen auf eine lang anhaltende Hitzeperiode, aber die kommt nicht. Ganz im Gegenteil, man glaubt es kaum, aber das Wetter wird immer übler, die sonnigen Phasen immer übersichtlicher. Eigentlich kann man Eis nicht wirklich mit Werbung vergleichen, denn es ist keine nette köstliche Zugabe, sondern Grundnahrungsmittel für die Wirtschaft. Aber wenn man diesen Aspekt mal außer acht lässt, passt das Beispiel ganz gut.Man könnte die Analogie noch zur einen oder anderen Seite schön ausrollen. Aber ich denke, um es zu erklären, reicht es. Wer will ein Eis? Sehen Sie, so ist das mit Werbeagenturen gerade. Also, wenn Sie auf der Suche nach einer Werbeagentur in München sind, dann gehören sie wirklich zu den wenigen und unerschütterlichen oder Sie sind einer der seltenen, die erkannt haben, dass dieses Grundnahrungsmittel zu einer ausgewogenen Ernährung des Unternehmens einfach dazu gehört.Also, viel Erfolg und wie gesagt, beeilen Sie sich. Sonst gibt es bald keine mehr. Und dann, ja dann, müssen sie zu den wenigen und übrig gebliebenen nach Frankfurt, Düsseldorf, Hamburg oder Berlin. Ganz schön weit weg, wenn man bedenkt, dass es mal jede Menge Agenturen um die Ecke gab. Eis! Eis! Eis noch jemand?

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 20:51

Samstagsgedanken: Blinker

Wie komme ich jetzt auf Altruismus? Gerade als mal wieder ein Münchner Vorstadt-Rambo unvermittelt bremst und vor mir nach links schneidet, fällt es mir auf. Mit dem Fieberthermometer messe ich die Temperatur, mit dem Sextanten den Sonnenstand und mit verschiedenen Buchstaben die Körbchengröße. Mit einem Blinker kann ich den vorhandenen Altruismus messen. Allerdings vorerst nur digital, also 0 oder 1, vorhanden oder nicht vorhanden. Brauche ich Abstufungen?Zur Sicherheit erst noch eine Begriffserklärung. Könnte ja sein, dass jemand unter 30 mitliest. Altruismus meint "die Anteilnahme am Anderen", das Gegenteil von Egoismus also. Man will sich um andere kümmern, Fürsorge tragen, sich selbst nicht in den Mittelpunkt stellen.Der Blinker verdeutlicht das, weil er ein Anzeigeinstrument für den anderen darstellt. Der, der den Blinker setzt, bräuchte ihn zunächst nicht. Er weiß ja, wohin er will. Allein bräuchte er keinen Blinker. Das ist ähnlich wie mit den Bremslichtern. Auch auf die könnte ich verzichten, wenn ich ganz allein auf der A7 nachts um 01:00 Uhr zwischen Würzburg und Ulm dahinrolle. Sollte ich bremsen wollen, weiß ich ja darum. Erst der 30-Tonner hinter mir, dem ich ganz altruistisch mein Bremsmanöver anzeige, macht die Bremsleuchten gleichzeitig zutiefst egoistisch.Zurück zu der Frage, ob Altruismus Stufen hat? Ist wie Liebe oder schwanger. Kann ich ein bißchen lieben? Oder nur etwas schwanger sein? Und wie könnte ich das messen? Mutter Teresa fällt mir ein als vielleicht 90% altruistisch. Wer stellt jetzt die andere Seite der Skala dar? Die Null also. Total egoistisch.Sind das die unendlich Neureichen, die mal schnell für eine Mittagspizza über 42.000 $ ausgeben oder die sich jedes Jahr eine um 100 Fuß größere Yacht bauen lassen. Oder sorgen sie lediglich für einen gesunden Geldkreislauf und sichern Tausende von Arbeitsplätzen in Reedereien, Bordellen und Polizeiwachen. Oder sind das wir, die wir in den Fußgängerzonen wieder die Straßenseite wechseln, weil weiter vorne ein Bettler mit Hut sitzt?Ist vielleicht unser ganzes System auf "Nullstellung", suggeriert der Kapitalismus doch, dass wenn jeder seine persönliche Gewinnmaximierung anstrebt, davon alle profitieren. Nun gut, bis auf die vielleicht, die die Rechnung bezahlen müssen. Doch das ist leider System immanent. Die Gewinne werden privatisiert, die Kosten sozialisiert. Das nennt sich soziale Marktwirtschaft. "Unsere Renten sind sicher", kalauerte Nobbi Blüm. Damit hatte der Mann Recht. Seine Rente ist sicher. Von unseren hat er nie gesprochen.Doch ich bin sicher. Es gibt Abstufungen, auch wenn ich die vielleicht noch nicht erkenne. Verhalte ich mich immer nur Ich-bezogen, bekomme ich auch nur ein egoistisches Ergebnis. Wenn ich immer nur nach Besitz strebe, bekomme ich auch nur Besitz. In diesem Zusammenhang fällt mir auf: Ich gebe zu, ich blinke.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 11:50

Donnerstag, 5. November 2009

Toll, die Grünen im Saarland

An einem langweiligen Schlechtwettertag habe ich mir die Zeit mit ein bisschen Grünenparteitag vertrieben. Da ist mir Herr Ulrich, Grünenchef aus dem Saarland, untergekommen (-> Youtube). Heute nun wird der Koalitions-Sack zugemacht (fehlt nur noch die formale Zustimmung der Saar-Grünen).
Inzwischen habe ich das hier gelesen: Telepolis über die Verbindungen des saarländischen Grünenchefs zur F.D.P. mit dem Titel "Jamaika versinkt im grünen Sumpf". Das Thema wurde vorher auch in der Stuttgarter Zeitung unter der etwas milderen Headline "Jamaika-Filz an der Saar" aufgegriffen. Im Kern wird die Mutmaßung in den Raum gestellt, dass das Zustandekommen der Jamaika-Koalition etwas damit zu tun haben könnte, dass Grünenchef Ulrich seit 2001 Angestellter bei einem wichtigen Funktionär der F.D.P. war (bis Ende September). Man möchts garnicht wissen.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:42

Lasst euch nicht veropeln

Ach grandios. Was für eine wunderbare Komödie! Das ist so ursprünglich-primitiv, so direkt und unverkünstelt, so intensiv, das erinnert mich an schwarz bemalte und als Kleinkunstbühne verkleidete Keller, aufregend, enge Sitze, Flaschbier, im Kalten hocken und Kunst genießen.

Guttenberg macht Supa-Fotos in New York
Opel kriegt Geld (eigentlich GM)
Verkauf an Magna zieht sich hin, komisch, und plötzlich ist die Wahl vorbei
Frau Merkel, Kohls Mädchen, bekommt von Obama großes Lob, weil sie ein braves Mädchen ist (selbstverständlich hatte Obama vor vier Tagen noch keine Ahnung, was der staatlich gestützte GM-Konzern so plant)

Spaß für alle! Und irgendwo in ner Schublade des neuen Finanzministers liegen ein paar Milliarden Euro. Wären eigentlich für Magna-Opel gewesen. Wer die wohl jetzt kriegt? Ex-Opel-Arbeiter? GM als Tausch für Bochum und Rüsselsheim? Und wie das wohl mit der Rückforderung dieser supa-praktischen, geilen Zwischenfinanzierung, 1,5 Mrd., bis Ende November weiter geht? Oh, das wird spannend. Keine Ahnung, was da los ist, nur: Was sie uns Zuschauern als Handlung präsentieren, ist billiges Schmierentheater. Die wollen uns veropeln. Und - Mensch! - ich find das toll und bin einfach nur gespannt, wie sie uns veropeln. Dass es dabei um ein totes Pferd reinster Ausprägung geht, brauchen wir nicht zu vertiefen. Opel! Allein der Name. Und überhaupt, gegen Opel ist Quelle ein Zukunftsunternehmen, geradezu. (Rüsselsheim wär auch n guter Name für ein Flatratebordell)

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 01:10

Mittwoch, 4. November 2009

Am 28.11. wäre er 101 Jahre alt geworden

Claude Lévi-Strauss, am Samstag gestorben.
Wenn ich einen Film wie Matrix sehe, sehe ich im berühmten Bild der grünen Zeichenketten eine Metapher auf die Weltsicht des Strukturalisten: den Blick auf die Wirklichkeit hinter der Wirklichkeit, auf ein durch komplexe Regelsysteme zusammen gehaltenes Beziehungsgeflecht. Lévi-Strauss war Ethnologe, Anthropologe, einer der prominentesten Vertreter des Strukturalismus. Die Interpretation verschiedener Phänomene menschlichen Zusammenlebens als Gegensatz-Konstrukte, die sich durch ihre Verschiedenartigkeit gegenseitig definieren, ist auch für Werbung relevant. Was heute eine Binse ist, dass Symbole, Bilder, Ereignisse und Mythen die Kraft haben, Gemeinschaften nahezu jeder Größe als Identifikationsschema zu dienen, hat Lévi-Strauss mit vorgedacht.
Seine Totemismus-Forschung besagte (erstmals), dass Gemeinschaften mit der Wahl bestimmter Totemtiere sich nicht deren magische Eigenschaften aneignen, sondern sich vor allem von anderen Gemeinschaften differenzieren wollten. Parallelen zur Markenkommunikation, zur Mode, zur Musik oder zu den Farben und Maskottchen verschiedener Fußballvereine liegen auf der Hand.
Ein anderer Knaller in der Wissenschaftswelt der 50er und folgenden Jahre war die Neu-Interpretation des Inzestverbots als Regel, die den Zweck hatte, Frauen aus der Unterwerfung der eigenen Triebgemeinschaft zu befreien, weil es smarter war, sie zum "Tausch" mit anderen Gemeinschaften (d.h. für eine pseudokommunikative Aktion) zur Verfügung zu haben.
Die Globalisierung als weltweite Mythennivellierungs- und Unterschiedsbeseitigungs-Veranstaltung bei gleichzeitig wachsender Sehnsucht der Menschen nach Identität unter sieben Milliarden Gleichartigen betrachtete er eher skeptisch. War ein guter Mann.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 00:08

Dienstag, 3. November 2009

Was für die meisten noch unbekannt, für viele neu ist, ist für einige schon ein alter Hut

Interessierte Menschen spült es auf ihren Spezialgebieten unweigerlich nach ganz vorne. Das bringt Interesse mit sich. Somit kennen, wissen, haben und nutzen die schon etwas, was der breiten Masse noch völlig unbekannt ist. Was für den Interessierten selbstverständlich ist, wird sich vielen erst viel später oder gar nicht erschließen. So ist das nun mal.Nehmen wir mal das Internet. Ein Gebiet, das mich interessiert. Da freuen sich Menschen über Skype oder darüber, dass ihr Profil auf XING so oft aufgerufen wurde. Schicken einem Links von youtube-Videos. Erklären einem den Google Kalender und faseln was von Wave. Und so weiter und so weiter. Der Interessierte fährt nur schon viele Kurven weiter vorne. Somit sind das für ihn alles alte Hüte. Blogs. Dasselbe gilt für Blogs. Das war vor Jahren mal ein Thema, hat sich aber überholt. Das Internet ist eine sehr junge Entwicklung, deshalb geht es so rasant weiter und vor allem von so vielen verschiedenen Seiten. Deshalb interessiert mich auch das Internet so, weil einfach sehr viel in sehr kurzer Zeit passiert und auf lange Sicht kein Ende in Sicht ist. Das kann man von Autos, vom Fussball und vielen anderen Dingen des täglichen Lebens nicht sagen. Im Internet kann man jeden Tag was Neues entdecken, dazulernen, ausprobieren. Es steckt eigentlich noch in den Kinderschuhen, aber dafür hat es schon echt viel drauf.Alle Strategien und Theorien der alten Welt gehen hier nicht auf. Es gibt nur wenig, worüber sich so viele geirrt haben, wie das Thema Internet. Für interessierte Menschen ist es das Eldorado. Die Dinge kommen und gehen in einer Geschwindigkeit, dass einem oftmals der Atem stockt. Das Besser ist bekanntlich der größte Feind des Guten. Im Internet gilt das besonders. Nichts ist wichtiger im Internet als Relevanz, alles andere liegt wie Blei. Es ist wie bei den Ameisen. Wenn die etwas zum Fressen finden, dann legen sie eine Duftspur, und umso stärker diese ist, umso mehr Ameisen folgen ihr. Und hinterlassen wieder Spuren, so dass noch mehr kommen. Bis, ja bis der Duft nachlässt oder von woanders her ein stärkerer weht.Ebenso entwickelt sich das Internet. Da sind Marken Schall und Rauch, wenn es keine Relevanz gibt. Viele große und bekannte Marken sind natürlich auch da beim Stelldichein, aber ohne Relevanz. Sie sind eben nur da. Es scheint, dass sie an den Menschen im Internet kein oder nicht genügend Interesse haben. Aber dafür gibt es viele andere Seiten, welche die Interessen von Besuchern perfekt versorgen. Und wie gesagt, das, was sogar mir jetzt neu erscheint, darüber können einige nur milde lächeln. Aber ich versuche nicht, sondern ich will bei vielen Dingen rund um das Internet dabei sein. Weil ich weiß, dass es das Medium der Zukunft sein wird, weil es dies jetzt schon ist. Fast jeder Mensch hat Interessen. Auch wenn diese nicht ehrenwert sind. Die Summe aller Interessen wird im Internet abgebildet. Das Internet ist schon jetzt das Spiegelbild unserer Zeit und der Gesellschaften, die darin leben. Wenn Kunst das qualitative Konzentrat einer Zeit ist, dann ist das Internet das Kunstwerk unserer Zeit.Aber wie gesagt, man muss wirklich dran bleiben und sich spezialisieren im Internet, sonst wird es einfach zu viel und zu schnell. Ich konzentriere mich auf alles, was Kommunikation ausmacht. Denn das ist mein Thema. Und ich kann nur sagen, es ist toll und begeistert mich unglaublich. Wer kommuniziert. Was kommuniziert wird. Von wo kommuniziert wird. Und auch wie kommuniziert wird. Aber wie gesagt, ich möchte niemandem einen Vorwurf machen, dass ihn das Internet überhaupt nicht interessiert. Das ist völlig in Ordnung. Es gibt auch viele Menschen, Berufe und Interessen, die mit dem Internet nun wirklich nichts oder noch nichts zu tun haben. Aber trotzdem nagt in mir immer der Zweifel bei Menschen, die das Internet ablehnen, ob die nicht doch was Wichtiges verpassen. Eine gute Chance.Aber das liegt sicher nur an meinem Interesse dafür. Ich nehme das zu wichtig. Wenn ich Recht behalte, dann kommen alle über kurz oder lang doch eventuell dahin, wo ich denke, dass die Entwicklung hingeht. Und wenn nicht, ist es auch egal. Es gibt einfach zu viel, was man wissen müsste, aber nicht kann. Und dabei weiß man soviel Unwichtiges. Wenn man nur wissen könnte, was wichtig ist und was nicht. Was man mal gebrauchen kann und was nicht. Leider ist uns das nicht in die Wiege gelegt. Aber uns bleibt wenigstens die Hoffnung, dass wir unser Wissen für unsere Ziele und Zwecke nutzen und einsetzen können. Wer weiß, für was man es mal gebrauchen kann? Wer weiß, wofür es gut ist? Vielleicht sind interessierte Menschen, die Wissen anhäufen, ohne zu wissen, was sie damit anfangen können, aber es einfach nicht wegwerfen können, übersehen können oder einfach vergessen können, etwas Besonderes. Sie sind so eine Art Gedanken-Messis, die sammeln und sammeln. Warum? Weil sie überzeugt sind, dass der eine Gedanke dabei sein kann, der ihnen mal wirklich hilft, wichtig ist oder ohne den sie nicht weitergekommen wären.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:32

Kommunikationsproblematik

Wir sprechen, wir schreiben, wir machen alles mögliche. Aber verstehen wir uns bzw. unser Gegenüber? Wir bewerten Botschaften in der Regel nach dem Verständnis und setzen dann voraus, dass diese jeder andere auch versteht. Dem ist nicht so. Kommunikation ist eben nicht nur das, was man sagt, sondern vor allem das, was der andere versteht. Somit besteht ein Teil der Kommunikation auch daraus, sich zu vergewissern, dass auch das Richtige verstanden wird.

Oder vorab zu klären, wie jemand etwas versteht. In der Kommunikation ist es dabei ebenso wichtig, dass die Parameter eingehalten und befolgt werden, die überhaupt zu so etwas wie Kommunikation führen. Der Ton, die Farbe, der Geruch, die Form, die Zeit, der Ort, die Größe, die Lautstärke... Alle Aspekte, die Kommunikation umgeben, sind wesentliche Aspekte, die es in Einklang zu bringen bedarf, um zielführende Kommunikation zu ermöglichen. Leider gelingt das nur wenigen. Weil ein Großteil dieser Aspekte einfach unberücksichtigt bleiben und somit die mögliche Kommunikationswirkung stark reduziert oder verhindert wird.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik, Verwaltungsproblematik, Preisproblematik, Technologieproblematik, Kommunikationsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:27

Montag, 2. November 2009

Die Nacht der leidenden Reichen

Oh mein Gott! Mein Aktienportfolio hat 37% an Wert verloren! Hilfe, Hilfe!

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 00:24

Samstag, 31. Oktober 2009

Samstagsgedanken: Beschriftungen

Als ich das erste Mal nach Amerika kam, in dieses gelobte Land, das war so vor etwa 25 Jahren, sah ich in LA vieles auch zum ersten Mal, was es bei uns noch nicht gab: Bedruckte T-Shirts zum Beispiel. Da standen so Sinn-Sprüche und Spontie-Slogans drauf wie „Willst du mit mir schlafen? Nichts sagen, nur lächeln.“ Und ähnliches. Heute gibt es dazu selbst bei uns eine ganze Industrie, die Shirts bedruckt oder die der Nutzer selbst gestalten kann. Haben wir früher Klamotten gekauft, Jeans oder Schuhe, dann stand der Name des Herstellers diskret auf einem Schild, das innen angebracht war. Gut, die Levis hatte außen rechts, in Höhe der Gürtelschnallen ein Lederschild mit 501 oder so. Das war es aber auch schon mit dem Namen. Ich glaube, das erste Sweatshirt, das den eigenen Namen aufdruckte, war Froot of the Loom. Was zwar niemand übersetzen konnte, aber "in" war. „Cool“ oder „geil“ war damals noch gar nichts, weil diese Begriffe erst später Einzug in die Sprache fanden. Früher funktionierte deshalb auch noch ein müder Witz: Fritzchen hat für die Ex in Religion verschiedene Fakten innerhalb seines Hosenbundes notiert. Bei der Frage nach dem ersten Bruderpaar, das mit einem Mord verbunden ist, schrieb er deshalb folgerichtig „Knagge & Peitz“. Das war der bekannte Hersteller der weißen Liebestöter. Heute ist es doch so, dass die meisten Produkte gelabelt sind, also als Marke erkennbar und in bestimmten Kreisen als „conditio sine qua non“ gelten müssen. Also neudeutsch als „must have“. Wer als 18-jähriger Kleinkrimineller und Hartz IV-ler mit Migrationshintergrund im Berliner Wedding oder im Münchner Hasenbergl nicht mindestens aus einer S-Klasse aussteigt, wird niedergestiefelt, weil er erkennbar nicht zu einer mächtigen Gang gehört. Nicht ganz so krass, aber im Grunde ähnlich verhält es sich in vielen Schulklassen von der ersten Klasse an. Wer nicht bestimmte Kleidung ausführt, die mit protzigen Schriftzügen eine bestimmte Angehörigkeit definieren soll und doch nur stigmatisiert, wird ausgeschlossen, gehänselt und gemobbt. Aktuell weiß ich nicht, was derzeit angesagt ist, aber „Diesel“, „Nike“ oder „Apple“ sollten schon sein, will man wer sein. Die Versuche, diesen hanebüchenen Unsinn seitens besorgter Eltern durch Schuluniformen zu verhindern, werden bei uns von der mächtigen Industrielobby verhindert. Ist das doch ein Milliardengeschäft. So werden aus einem simplen Paar weißer Segeltuchturnschuhe, die in unserer Jugend fünf Mark 90 Pfennig gekostet hätten, durch den hippen Aufdruck „Converse“ schnell ein ultra-cooles-Sneaker-Erlebnis für 79,95 Euro. Das bringt mehr als Koks zu dealen und ist legal. Umgekehrt wird allerdings auch ein Schuh draus. Marken, die nicht so in sind, werden für ein paar Cent auf Flohmärkten verhökert, nur weil die falschen Buchstaben angebracht sind. So ruiniert eine gesamte Werbeartikel-Industrie tolle Produkte mit den falschen Aufklebern. Wer will denn einen Super-50GB-USB-Stick mit dem Namen „Hansa-Versicherung“? Oder ein Schweizer-Taschenmesser mit dem unglücklichen Aufdruck "Jägermeister“? Wer heute kein iPhone nutzt, kommt in keinen Vorstand mehr. Und ohne Apple Notebook oder zumindest A4 kauft kein Kunde irgendetwas vom Software-Verkäufer oder Versicherungsvermittler. Selbst in St. Tropez, Marbella oder Kitzbühel wird nur der gesehen, der einen Rolls Royce, einen Pelzmantel oder einen Privatjet zeigt. Oder alternativ Botox-gestraffte-Gesichtshaut, 500 Gramm Silikon pro Jolly und Wasserstoffperoxid gebleichte, indische Echthaar-Perücken zu Markte trägt und nicht unter 60 Jahren alt ist. Ein Drama, wenn Opa und Oma Erna & Klaus aus Bocholt so rumlaufen würden. Selbst ALDI hat es über den Markenaufbau geschafft, als seriöser Discounter zu gelten, bei dem man einkaufen gehen kann, ohne türkisch oder arabisch sprechen zu können. Colagetränke verdienen seit Jahrzehnten Billiarden mit gefärbtem Zuckerwasser, wie heute „Roter Bulle“. Und Mac & Co überziehen die Welt mit matschigen, belegten Toastbroten kraft der Macht und Magie der richtigen Beschriftung. Sogar der Autor, der sich frei glaubt von diesen Verbraucher-Selbsttäuschungen, spielt mit und labelt diesen Artikel unter einer Rubrik: Samstagsgedanken.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Markengesichter um 10:30

Freitag, 30. Oktober 2009

Weitergehen, es gibt nichts zu sehen

Ästhetisch gesehen ist es ganz unbefriedigend, wenn es so aber auch gar keine richtigen Katastrophen gibt. Wenn unter der Woche soziale Fragen die Titel des Boulevards beherrschen, das ist ein wahrhaft schlechtes Zeichen. Ästhetisch gesehen, nur ästhetisch gesehen. Okay, man muss Verständnis haben, erst war Wahl, danach die Spannung: Was werden die wohl machen. Und im Dezember ist Weihnachten. Also gut, raus damit, was habt ihr im November? Bietet uns was. Was Echtes und Aufregendes, bei dem uns das Popcorn fast im Hals stecken bleibt (nur fast!!).

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:31

Wenn Blödheit wehtut

Oh Mann, ich dachte mir schon, dass die ganz schön stumpf sind, so wie die in den letzten zehn Jahren alles, aber auch wirklich alles verpasst haben, was mit ihrem Business zu tun hat. Aber dass sie auch juristisch unterbemittelt sind, war mir bis jetzt nicht klar.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:52

Zum Glück gezwungen

Mal ehrlich, wer nimmt schon sein Glück in die eigene Hand. Die meisten werden doch entweder vom Glück verfolgt oder zum Glück gezwungen oder regelrecht zum Glück geschubst. Rückblickend erklären einem alle, wie groß ihr persönlicher Anteil am Glück ist. Rückblickend wie gesagt. Ganz im Gegensatz zum Pech. Das konnte niemand kommen sehen. Daran trägt keiner die Schuld.Da es so ist, habe ich versucht, mich darauf zu spezialisieren, wohin die Reise des Glücks denn nun mal wieder geht. Dazu muss man empfänglich für das sein, was man nicht sieht, hört und fühlt. Man darf sich nicht auf das Bewährte stützen, sichnicht auf dem Errungenen ausruhen, sondern man muss versuchen zu erkennen, wohin die Achterbahn des Glücks denn jetzt geht.Denn vor dem Glück steht immer eine vermeintlich unglückliche Aneinanderreihung von Umständen, die einen zu neuem oder anderem Glück erst treiben. Wie oft hört man das von getrennten Paaren, die so unglücklich über die Trennung scheinen, um dann das Glück fürs Leben zu finden. Wie viele haben geglaubt, nur an einem Ort glücklich werden zu können und dann mussten sie umziehen. Mit dem Ergebnis, an einem anderen Ort um ein vielfaches glücklicher zu sein. Der Job. Der Kunde. Die Katze. Das Auto. Das Restaurant. Ständig wartet hinter dem vermeintlichen Verlust von Glück ein noch größeres. Wie oft habe ich in hoffnungslose, gedemütigte, geknickte Gesichter gesehen, um einige Zeit später zu hören: Es hätte nicht besser laufen können. Oder wie Oma sagen würde: „Wer weiß, wofür es gut ist?“ Und so halte ich es auch. Denn ich bin es leid, das vordergründige Unglück maßlos überzubewerten. Sondern ich versuche, sofort hinter die Kulissen zu blicken, wohin das Glück denn nun unterwegs ist.Da ich nichts ohne Grund schreibe, hat auch dieses seinen triftigen. Es gibt da die Szene in Herr der Ringe, als die Jungs durch so Höhlen müssen und da plötzlich gewaltige Monster auftauchen. Alle bekommen es höllisch mit der Angst zu tun und rennen um ihr Leben. Dann ist da die Brücke, über die alle müssen. Die Brücke zum rettenden Ufer. Das Unglück im Rücken und das rettende Ufer, das Glück zum greifen nahe, falls die Beine schnell genug sind. Alle kommen rüber. Nicht alle. Gandalf schafft es so gut wie. Die Brücke stürzt hinter ihm ein und er krallt sich am rettenden Vorsprung fest. Eines der Monster hat er in die Flucht geschlagen, es fällt in die Tiefe unter der Brücke. Und in dem Moment, als alles Glück zusammenzukommen scheint, unternimmt das listige Monster einen letzten ebenso hinterlistigen Versuch, Gandalf doch noch die Kerzen auszublasen. So wickelt sich ein Lasso aus Feuer um sein Fußgelenk und mit dem höllisch schweren Gewicht der Monsters stürzt Gandalf in die Tiefe.Die Geschichte könnte hier aufhören, tut sie aber nicht. Zum Glück taucht Gandalf einige Zeit später überraschend wieder in das Geschehen ein. Und er wird einer der Helden der ganzen Geschichte sein. Zur Zeit fühle ich mich wie Gandalf. Auch ich muss rennen, um das Glück ergreifen zu können. Und der größte Antrieb ist das Pech, das einen verfolgt. Und es geht nicht nur mir so. Vielen Menschen geht es so. Es liegt in der Natur der Sache, dass man den Menschen zum Glück fast zwingen muss. Obwohl viele sich mit ihrem vom Pech verfolgen Schicksal abgefunden haben und zufrieden geben. Die machen es sich gemütlich und breit in einem Leben voller Pech, an dem immer andere Schuld sind. Ich habe das nie so gesehen und empfunden. Sondern jedes Pech, was mir widerfährt, ist ein Wegweiser zum Glück. Man muss ihn nur sehen und verstehen können. Erst das erlebte Pech macht das erzielte Glück doch so kostbar. Und die Brücken, die hinter mir gerade einstürzen, sind der direkte Weg zum neuen anderen Glück. Ich bin schon sehr gespannt, was da wieder kommen mag.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:32

Mittwoch, 28. Oktober 2009

Lebensphilosophien, die völlig bescheuert sind

Lebe so, als ob es dein letzter Tag wäre.
Meine Fresse, wer das behauptet hat, hat im entferntesten keine Ahnung, was das bedeutet, noch welche Konsequenzen das mit sich bringt. Das kann doch nur so ein Buddhist behauptet haben, der sein ganzes Leben damit fristet zu meditieren. Denn wenn der aus meinen bzw. unseren Breitengraden kommen würde, gäbe das Katastrophen von biblischem Ausmaß.Was würden die Menschen denn wohl so tun, wenn es der letzte Tag wäre. Die würden reihenweise all denjenigen, die es wirklich verdient hätten, mal eins auf die zwölf geben. Dann würden die das ganze Geld, das noch geblieben ist, verprassen. Denn das letze Hemd hat zwar einen Kragen, aber keine Taschen. Die würden eventuell noch mal ein Etablisment der freizügigen Art aufsuchen. Das letzte Mal in voller Lautstärke Beethovens 5tes Klavierkonzert hören, oder Queen - The show must go on. Dann würde ich einem dieser Auto-Verkehrsdrängler einfach mal voll in die Seite ballern. Ist doch eh egal. Schwarz fahren. Falsch parken. Im stehen... [Ihr wisst schon!] Mit dem Rauchen wieder anfangen - für einen Tag. Die besten Weine aus dem Keller noch runterkippen. Lecker Essen gehen. Alle Steuerunterlagen in einem Freudenfeuer verbrennen. Das Testament optimieren. Mich endlich tätowieren lassen, was ich ein Leben lang verhindert habe, weil ich nicht ein Leben lang damit herumlaufen wollte. Endlich alle E-Mails löschen. Die im Eingangsordner und die im Gesendet-Ordner. Schnell noch den neuen iMac 27 Zoll bestellen, damit ich ihn einmal berührt hätte.Ganz ehrlich, wenn ich jeden Tag so oder so ähnlich leben würde und der Großteil der Menschheit würde mir das nachmachen, dann wäre hier was los. Somit denke ich, dass dieses Lebensmotto aus einer anderen Welt kommt und auch für eine andere gedacht ist.Ach so, mein Konto würde ich bis zum Anschlag überziehen. Und volltanken müsste ich nicht mehr. Den Rasen mähen würde ich auch nicht mehr. Die Blätter aus der Dachrinne würde ich auch nicht mehr rausnehmen. Wenn man das alles nicht mehr macht und alles andere machen würde, nur weil es der letzte Tag ist, dann mal prost Mahlzeit.
Der Weg ist das Ziel.
Wer hat sich diesen Bockmist einfallen lassen? Der Weg ist was? Und was ist das Ziel? Und wenn ich auf dem Holzweg bin? Oder ständig im Kreis laufe? Das Ziel ist das Ziel müsste es eigentlich heißen. Und der Weg ist der Weg. Nur klingt das nicht so schlau, darum sagen viele diesen unglaublichen Quatsch.Man muss echt kapieren und lernen, die Dinge voneinander zu trennen, um sie isoliert bewerten und betrachten zu können, sonst wird man ja verrückt in dieser Welt. Morgens bis du noch theoretisch tödlich krank und eigentlich pleite. Zudem begleitet dich den ganzen Tag dieses unwohle Gefühl, besser die eigentliche Gewissheit, dass dir mal wieder dein ganzen Leben entgleitet, abrutscht, wegrutscht. Eigentlich würde es dich nicht mal wundern, wenn dein Haus ausgeräumt wäre und niemand mehr auf dich wartet. Der Weg? Wer das gesagt hat, der hat offensichtlich einen schönen geraden asphaltierten Weg hinter sich. Es klingt sogar so, als ob er diesen nicht mal selbst beschreiten musste, sondern mitgenommen oder gefahren wurde. Einen schönen, schnellen, bequemen Weg zum Ziel. Dann würde ich das auch sagen. Was für ein bescheuertes Ziel, der Weg war viel schöner. Beim Motorradfahren könnte ich es ja noch verstehen, da ist die eigentliche Fahrt natürlich schöner ist, als das ankommen. Aber das Ziel war ja eine schöne Fahrt, somit stimmt das nicht mal hier.Mir fallen noch viele völlig hinrissige Lebensphilosophien ein, aber ich will nicht zu lang werden, da haue ich doch lieber eine raus, mit der ich was anfangen kann: Mach was draus.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 10:04

Technologieproblematik

Technologie darf sich nicht verselbstständigen und mehr dem Selbstzweck dienen, als dem relevanten Kundennutzen. Die Technologie ist selten getrieben von der Relevanz, geschweige von der Zielgruppe, sondern meist vom Marktdruck oder einem Inzest-Markt – das heißt, dem ständigen Bemühen, dem Wettbewerber überlegen zu sein. Beide Antriebe gehen an der Relevanz und somit am Markt vorbei. Technologie muss der Sache dienlich sein, vor allem relevant dem Kundennutzen gegenüber oder als weiterer emotionaler Impuls dem Primärbedürfnis gegenüber. In den meisten Märkten und bei den meisten Unternehmen hat sich die Technologie verselbstständigt und hat mit den Bedürfnissen des Marktes nichts mehr zu tun, was sich negativ auf den Markt auswirkt. Das genaue Gegenteil, sich auf seinen Technologien auszuruhen, ist ebenso falsch, und diese im Sinne der Relevanz gar nicht weiterentwickelt. Somit muss Technologie von der Relevanz getrieben sein und von nichts anderem.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik,

Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik, Verwaltungsproblematik, Preisproblematik, Technologieproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:58

Dienstag, 27. Oktober 2009

Eine Quelle versiegt

„Warum nachher immer alle schlauer sind und es vorher nicht haben kommen sehen."
Hand auf´s Herz – Quelle?! Jetzt mal ehrlich. Ganz ehrlich. Wer hat daran noch geglaubt und vor allem, was hat er geglaubt. Warum soll in Zeiten wie diesen und denen, die da noch kommen werden, ein Katalogversand noch funktionieren. Es gibt keinen Grund dafür. Die Geschichte wiederholt sich, wie sie es schon unzählige Male getan hat und wie sie es auch in Zukunft tun wird. Warum ist der Hörzu nicht TV Spielfilm eingefallen? Warum hat Grundig keine schönen Fernseher gebaut wie Löwe? Warum hat Sony nicht den MP3 Player entwickelt, auf das Handy als Zukunftsmarkt gesetzt oder den Flachbildschirm oder den Computer? Warum? Weil es dem Menschen nicht möglich ist, die Wertschöpfungsquelle, die er einmal geschaffen hat, in Frage zu stellen. Andere auf der Suche nach einer Quelle müssen nichts in Frage stellen, die haben nichts zu verlieren, können nur gewinnen und haben alles gewonnen. Warum ist Amazon nicht Quelle? Warum ist Apple nicht Sony? Warum? Deshalb.Jeder weiß insgeheim, wie es bei Opel ausgehen wird. Das Auto, in dem Zustand wie es uns heute dargeboten wird, ist Relikt der Vergangenheit. Es basiert auf einem Primärbedürfnis, das längst an Kraft und Wirkung verloren hat. Früher wollten die Menschen ein Auto. Heute brauchen Sie ein Auto. Das ist ein großer Unterschied. Denn wenn man etwas braucht, gelten andere Gesetzmäßigkeiten, als wenn man etwas will. Die Menschen sind nicht fähig und bereit, das, was ist, in Frage zu stellen, zu überdenken und weiterzuentwickeln, sondern sie gehen so lange zum Brunnen, bis er leer ist. Und dabei klammern sie sich an falschen und überholten Vorstellungen fest.Wenn morgen China oder Indien ein Elektroauto für 4.999 EUR bauen würde, dann würde etwas passieren, was jetzt keiner glauben oder für wahr halten will. Das ist so, als wenn Apple ankündigen würde, wir bauen ein Handy. Da können die anderen nur müde lächeln. Aber das Lachen ist denen vergangen. Auch Apple hat jetzt seine Zeit und das wird nicht für immer sein. Jede Zeit hat seine Konzerne, seine Produkte, seine Primärbedürfnisse. Wer bangt noch um Freiheit? Oder stellt Sicherheit wirklich in Frage? Die Themen haben sich gewandelt, aber das System fährt hinterher, wie ein 4-jähriger bei der Tour de France.Somit öffnet man Türen für Anderes und Neues. Firmen und Produkte, deren Namen wir vor 3 bis 10 Jahren noch gar nicht kannten, gehört nun eine Zukunft. Nicht die Zukunft, sondern auch hier werden wir uns in 30 Jahren fragen, wie konnten die diese Entwicklung verpassen. Wir verspielen an allen Ecken und Enden unseren Status und Vorsprung, weil wir nicht fähig und bereit sind, dem alten und bestehenden Denken ein neues folgen zu lassen. Unser System ist wie ein Gebiss. Es tut links weh, dann kauen wir eben auf der rechten Seite. Tut die rechte Seite auch weh, dann beißen wir mit den Schneidezähnen. Tun die auch weh, dann ernähren wir uns flüssig ... Anstatt zum Zahnarzt zu gehen und die Zähne kontinuierlich und konsequent zu pflegen. Das nennt man dann Wohlstand. Warum pflegen, wenn es ja immer einen gibt, der den Schaden für einen übernimmt und repariert. Wir sitzen auf einer großen Party in diesem fetten roten Plüschsofa und kommen da nicht mehr raus. Und immer, wenn jemand vorbeikommt, bitten wir ihn, uns etwas zu essen oder zu trinken mitzubringen. Man kann nur hoffen, dass man nicht aufs Klo muss, sonst ist der Platz weg.Der Wohlstand, die Gewohnheit, die Bequemlichkeit und die Unfähigkeit, uns und das, was wir tun, selbst in Frage zu stellen, sind der Grund, warum Quelle und Quellen versiegen. Anstatt aufzustehen und in neuen Bahnen zu denken und in neue Quellen zu investieren. Man selbst ist doch so groß, wer denkt da an kleine Quellen. Uns fehlt die Vorstellungskraft, dass alle Quellen mal klein waren und erst groß werden mussten. Obwohl doch immer alle dabei waren. Die größte Agentur der Welt begann mit zwei Männern. Apple, Mercedes, alles was uns heute groß vorkommt, begann mal sehr klein.Und alles, was mal groß war, wird dann wieder ganz klein, bis es verschwindet. Der Friedhof der Konzerne, Firmen, Marken und Produkte ist unglaublich groß. Wir können es nur nicht sehen und erkennen, weil es ihn nicht wirklich gibt. Unsere Beziehung zum Tod ist vor allem geprägt durch die Gegenwart des Todes. Das scheint bei Unternehmen so nicht zu sein. Für die ist der Tod nichts, was sie so fürchten, dass er das Denken und Handeln verändert.Für die Entscheider ist es in der Regel auch ein wunderbarer und schöner Tod. Man macht sich noch mal die Taschen voller Geld und bekommt noch mehr an einem neuen Ort. In der Wirtschaft hat das letzte Hemd nicht nur Taschen, sondern die Hose auch. Und was für welche. Es fehlt der Antrieb. Es fehlt die nötige Motivation. Es fehlt an allem, was Erfolg bedingt. Man investiert alles in das Problem, nicht in die Lösung. Der Mensch ist so unglaublich starrsinnung und uneinsichtig, vor allem Menschen mit Macht und viel Geld. Genau diese sind davon überzeugt, dass genau diese Macht und dieses Geld ihnen die Legetimation gibt, auch noch immer Recht zu haben. Dabei ist die lange, teure und schmerzliche Schlange der Fehleinschätzungen so lang, dass man am Ende den Anfang nicht mehr sehen kann. Und immer schafft man es, diese als Einzelfall zu isolieren und abzugrenzen. Niemand will sehen und erkennen, dass alle am selben scheitern. An der Unfähigkeit „relevant" zu sein und ein emotionales Primärbedürfnis oder gleich mehrere zu befriedigen. Es ist nämlich nicht die Frage, was ist für mich relevant. Das können diese Menschen alle genau beantworten und danach handeln sie auch. Es fehlt die Vorstellungskraft, was für denjenigen relevant ist, den man erreichen sollte, um das zu erzielen, was eigentlich das unternehmerische oder gesellschaftliche Ziel ist.Somit sind

es drei wesentliche Aspekte, die in sich und jeder für sich klar gegeben sein müssen: Relevanz, Primärbedürfnis und Qualität. Damit ist die Frage, wie es für welche Unternehmen oder Produkte weitergeht, einfach und schnell beantwortet. Falls man sich diese offen und ehrlich beantwortet. Aber wer macht das schon? Wer kann das schon? Wer will das schon?Da zieht man es doch lieber vor, die Dinge vor die Wand zu fahren und die Schuld bei anderen zu suchen. Und die Verantwortlichen bekommen so viel Schmerzensgeld, dass sie es verkraften können. Und der Rest wundert sich. Ich kann nur sagen, es ist genau dieses kollektive Versagen, was die Chance für alle ist, die anders denken und handeln können. Wenn es dieses Versagen nicht gäbe, gäbe es auch Apple nicht oder Sony und wir würden heute noch auf einen Grundig Fernseher schauen, ein Grundig Handy und einen Grundig Computer. Denn wenn die die Zeit erkannt hätten, stände die Tür für diejenigen, die da durchmarschiert sind, nicht offen.Deshalb glaube ich auch fest daran, dass eine Zeit mit großen Verlusten eine Zeit ist mit großen Gewinnen ist. Denn die Menschen wollen ihre Primärbedürfnisse befriedigt sehen. Und wie man sieht, ist es ihnen egal, von wem, wie und für welchen Preis. Hauptsache, es fühlt sich so an.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:25

Preisproblematik

Der Preis wird völlig überschätzt, nur weil überall Preise stehen und alle über Preise reden. Weil der Preis so im Fokus steht, wird ihm von allen Seiten viel zu viel Aufmerksamkeit gewidmet. Was zu der unangenehmen Nebenwirkung führt, dass man das emotionale Primärbedürfnis durch das ständige Kommunizieren von rationalen Sekundärbedürfnissen zerstört. Man liefert dem Konsumenten fortlaufend Argumente, seine emotionale Verbindung zu lösen. Der Preis sagt nichts über die wirkliche Befriedigung eines emotionalen Primärbedürfnisses aus. Es scheint nur so, dem ist aber nicht so. Über den Preis kauft und verkauft man nur. Sonst entsteht keine Verbindung. Ganz im Gegenteil – eine emotionale Verbindung wird verhindert. Würde das Primärbedürfnis und die Befriedigung desselben im Vordergrund stehen, würde sich niemand fragen: Was kostet das? Jeder würde feststellen: Das muss ich mir leisten. Somit sind preisorientierte Märkte und Produkte immer endlich oder basieren auf einer furchtbaren Wertschöpfungskette, die weitaus mehr mit Ausbeutung und Vergeudung zu tun hat.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik, Verwaltungsproblematik, Preisproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:21

Montag, 26. Oktober 2009

Die 100.000 Mark Frage

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 19:44

Rhythmusstörungen

Die erste Krise, an die ich mich erinnern kann, war die Ölkrise Anfang der 70er. Meine Erinnerungen daran sind noch so frisch, weil wir mit der ganzen Familie an einem Sonntag mit dem Fahrrad auf der Autobahn fuhren. Denn es gab ein Sonntagsfahrverbot, um den Ölkonsum einzuschränken. 20 Jahre später rollte die nächste Krise heran. Die New Economy-Blase zerplatzte. Es war meine erste Krise, die ich miterleben durfte. Um mich herum haben viele sehr viel Geld verloren. So dass sie nicht nur von vorne anfangen mussten, sondern auch mit einem fetten Minus belastet waren. Bis dahin kannte ich keine Krise. Meine Lebensplanung sah ewiges Wachstum voraus, wie bei meinen Eltern. Wenn die 1978 zur Bank gegangen sind, um ein Haus zu kaufen, dann ging die Rechnung noch auf. Denn sie konnten sicher sein, dass der Kaas bis 1998 gegessen war. Die Zuversicht der Menschen, in 20 Jahren den Kredit wie am ersten Tag bedienen zu können, war groß. Sehr groß. Krisen gab es nicht und wenn, dann nur alle 20 Jahre. In einem ähnlichen Rhythmus wurde Deutschland ja auch Weltmeister: 1954, 1974, 1990, 2010. So plusminus alle 20 Jahre. Aber nun traten wirtschaftliche Rhythmusstörungen auf, die alle Planungen ad absurdum führten, denn die Phasen zwischen den Krisen wurde immer kürzer. So wurden auch die Phasen des Wachstums und der möglichen Ansparung immer kürzer. Der New Economy Krise 1998 folgte 2002 die nächste große Krise, ausgelöst durch den 11. September 2001. Damit war der 20-Jahre-Rhythmus durchbrochen. Und siehe da, nur ganze 7 Jahre später, 2009, folgte die nächste große Krise. Diesmal durch Immobilienspekulationen ausgelöst. Die Wirtschaft wurde von jeder Krise schwer getroffen. Insolvenzen über Insolvenzen folgten. Und die Phasen, um diese Krisen zu kompensieren, waren einfach zu kurz. Die Unternehmen zerrten ihre Liquidität völlig auf. Die Banken trugen bekannterweise durch ihr „Nichts tun“ ihren Teil dazu bei. Ein System ohne Liquidität. Mit Krisen, die in immer kürzeren Intervallen kamen und jedesmal aus Ecken, die keiner vorhersehen konnte. Was bedeutet das in den Köpfen von Unternehmern? Wie verändert eine solche Situation das Denken und das Handeln? Eins ist mal klar, die Kosten werden an allen Ecken und Enden so tief nach unten geschraubt, wie es nur geht. Und was übrig bliebt, sind flexible Kosten, so dass man sich binnen kürzester Zeit davon trennen kann. Die ganze Wirtschaft hat sich zu einem Warentermingeschäft gewandelt. Eine Wirtschaft ohne Sicherheiten. Eine Wirtschaft mit allen Freiheiten, die aber nichts nützen, wenn man nicht agieren kann, wenn man nicht planen kann, wenn man nicht vertrauen kann.Die Parameter für Nachhaltigkeit sind nicht mehr gegeben. Niemand weiß, was in drei Jahren sein wird. Und drei große Krisen in nur zehn Jahren geben die Richtung vor. Es scheint so, dass wir uns komplett von der liebgewonnenen Vergangenheit der „Sicherheiten und Freiheiten“ verabschieden müssen. Und das aus gutem Grund, denn wir waren nicht in der Lage, diese zu schützen. Alle Errungenschaften stehen auf dem Prüfstand. Jeder Stein müsste eigentlich umgedreht werden, wie es im Mittelstand jeden Tag passiert. Somit stellen sich Fragen wie: Warum haben wir 17 Umweltminister? Warum haben wir 16 Bundesländer? Warum leisten wir uns eine eigene Armee? Wir könnten die Kosten um das 16-fache in diesem Land verringern. Und wenn wir durchweg auf neue und moderne Technologien und Entwicklungen setzen würden, könnten wir nach sehr schmerzlichen ca. 10 Jahren, besser als alle anderen, auf die Zukunft vorbereitet sein. Wenn die Politik als moralische und ethische Instanz nicht mit gutem Beispiel voran geht, wer dann? Wir leisten uns einen Apparat, der auf Gesetzmäßigkeiten der 40er und 50er Jahre aufbaut. Die unglaubliche Vergeudung von Ressourcen, die Selbstbedienungsmentalität in diesem Land hat alle Grenzen der Vernunft überschritten. Man ahnt und spürt, dass dieses System vor dem Kollaps steht. Wie das Ökosystem, in dem wir leben. Wenn es der unglückliche Umstand will, dass beide Systeme gleichzeitig kollabieren, dann werden wir tatenlos zusehen müssen, wie alles, wofür die Generationen vor uns gelebt haben und die nach uns hofften leben zu dürfen, den Bach herunter geht. Wir müssen in neuen Verhältnissen leben lernen. Verhältnisse, die nicht über unseren sind, sondern in unseren sind. Aber keiner will der Erste sein. Niemand macht bei sich den Anfang. Man muss feststellen, dass der Kapitalismus in der Form ebenso versagt hat wie der Kommunismus, nur dass wir uns nicht daran gewöhnen wollen, daran halten wollen. Wir sind nicht nur nicht reformfähig, sondern auch noch nicht reformwillig. Und das nur aus einem einzigen Grund. Wir müssen die Rechnung jetzt nicht bezahlen. Das ist Kreditkartenpolitik. Die glauben alle wirklich, nur weil sie jetzt kein Bargeld dafür auf den Tisch legen müssen, sondern mit einer Plastikkarte bezahlt haben, das würde einen Unterschied machen. Bei der Kreditkarte ist der Unterschied

optimal 20 Tage später, aber in der Summe kommt dasselbe heraus. Und gerade das Kreditkarten-, Kreditprinzip, dieser Gedanke, erst später für die Zeche aufkommen zu müssen - oder wenn man die Beträge stückelt, stände man besser da - hat Millionen in die private Insolvenz getrieben und noch mehr überschuldet.Wenn ihr mich fragt, fahren wir das Ding vor die Wand. Weil der Mensch erst zum Handeln fähig und bereit ist, wenn es richtig weh tut. Vorher verfährt er im festen Glauben: Das wird schon gut gehen. Obwohl die letzten zehn Jahre das Gegenteil beweisen. Die Wachstumsphantasien sind ebenso blödsinnig wie Wertschöpfungsstrategien. Die Zeiten haben sich geändert und wir orientieren uns an alten und zugleich falschen Zielen. Die Lösungen liegen vor uns. Aber wir packen lieber die Probleme an. Wir könnten in Lösungen investieren, stopfen das gute Geld aber lieber in Probleme. Das klingt stark nach der Arroganz derer, die sich überlegen fühlen. So lange es uns besser geht als anderen, darf man ja bekanntlich nicht klagen. Meine Güte können die alle froh sein, dass ich nichts zu sagen habe und nicht in der Politik bin. Ich würde das ganze System, das offensichtlich auf dem Kopf steht, mal auf die Füße der Tatsachen stellen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:32

Verwaltungsproblematik

Der Sinn und Zweck einer Verwaltung ist es, den kreativen und produktiven Leistungsträgern alles abzunehmen, was die Kreativität oder Produktivität behindert. Und alles zu unternehmen, um die Kreativität und Produktivität zu steigern, um so eine wesentlich größere Wertschöpfung zu ermöglichen. Das war mal die Idee, die leider völlig ad absurdum geführt wurde. Denn die Verwaltung hat sich verselbstständigt. Sie dient nicht mehr der Sache, sondern ausschließlich sich selbst. Dadurch behindert sie auch noch die Kreativität und die Produktivität. Anstatt Arbeit zu verhindern und abzunehmen, schafft sie unentwegt zusätzliche, neue und andere. Die Verwaltung beschäftigt sich obendrein mehr mit sich selbst, als mit allem anderen. Somit ist die Idee der Verwaltung völlig verlorengegangen und stellt in vielen Systemen das größte Problem und Hindernis für Kreativität und Produktivität dar.Woran das liegt, ist einfach erklärt. Produktive und kreative Menschen legen Wert auf Kontrolle. Deshalb werden Verwaltungen bei weitem nicht so kontrolliert, also ernsthaft, wie alle anderen Bereiche. Darum konnten sich gerade diese Bereiche so negativ entwickeln.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik, Verwaltungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Marketing Denkanstöße um 07:26

In Vitrinen

Ich stell mir das so vor: Eine Eingangshalle, riesig wie ein Bahnhof. Die zeitlose Architektur einer mehrere Jahrhunderte alten Tradition. Herren im guten Anzug, Damen im eleganten Kostüm. Dezenz, wohin man sieht. In den Wänden aus edlem Holz sind Vitrinen eingelassen - große, geräumige Schaukästen mit Sicherheitsglas verschlossen, von unauffällig bewaffnetem Wachpersonal gesichert. Die Vitrinen sind aufwändig illuminiert, darin stehen samtbeschlagene Podeste, auf denen die hochwertvollen Ausstellungsstücke ruhen, deren Präsentation die ganze Einrichtung dient. Es sind Wörter.
Wörter von unsagbarem Wert, Wörter von tiefer und tief dringender Bedeutung, Wörter von Distinktion und Abstand, die nur selten und nur für ausgesuchte Gelegenheiten verwendet werden. Der Raum ist erfüllt vom Duft frischer Luft, eine vornehme Kühle bestimmt die Atmosphäre. Es ist ein einzigartiges Flair des Selbstbewusstseins aus unzählbaren Erlebnissen eigener Überlegenheit, die durch die zweckbestimmt diensame Nützlichkeitsdemut des Ortes nur noch überhöht wird. Leise klassische Musik perlt von den Wänden und übertönt die unglaublichen Summen, die hier genannt werden, wenn ein Kunde bittet, eines dieser Wörter einmal probehalber in den Mund nehmen zu dürfen. Die Preise sind so hoch, dass nur wenige Kunden auf der ganzen Welt in der Lage sind, sich diese Art der Kommunikation zu leisten. Dabei geht es nicht nur um Geld. Es geht auch um die Fähigkeit, Aussagen aus ihrer plapperhaften Beliebigkeit zu befreien und mit der Bedeutung konsequenten Handelns erfüllen zu können. Nur wenige Unternehmen sind es, die dazu

in der Lage sind. Manche mögen bei genauer Bilanz ihrer Ressourcen vielleicht noch die finanzielle Bemitteltheit zusammen kratzen. Doch sie scheitern erbärmlich, wenn es darum geht, die Kraft ihrer Führung für eine gezielte Steuerung ihres Unternehmens und die Befähigung ihrer Mitarbeiter zu einer einheitlichen Haltung aufzubringen. Dieses Fach ihrer Börse ist leer. Beschämt rücken sie ab, wenn sie ihre Nichtswürdigkeit erkennen. Nur auf Empfehlung wurden sie hier eingelassen. Um nun feststellen zu müssen, dass sie bereits tot sind und ihnen nur eines bleibt: Reste des aus der ruhmhaften Vergangenheit gerissenen Kapitals oder aus der schon vor dem absehbaren Absterben noch rasch verteilten Erbschaft zu konsumieren. Heimlich, damit es niemand sieht, werden sie sich noch wenige Jahre mit Werten mästen, die ihnen nicht gehören, denn bald wird nichts mehr sein, wovon sie zehren können.
Geld zählt hier nichts. Auch wenn es Millionen und Milliarden sind, die hier für ein gutes Wort bezahlt werden, ist das nur ein winziger Bruchteil der durch konsequent gelebte Bedeutung erreichten Gewinne.
So stelle ich mir das Nirwana der Werbung vor.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 00:50

Sonntag, 25. Oktober 2009

schleierfaelle

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 19:48

Samstag, 24. Oktober 2009

Samstagsgedanken: Menschenmengen

Der Mensch ist nicht dumm, aber die Menschen sind es. Das fällt mir immer wieder auf, wenn ich mir manche Geschehnisse anschaue. Ich persönlich habe noch nie einen Liegestuhl mit meinem Handtuch für 14 Tage zwangsbelegt. Aber die Deutschen tun es. Und die Engländer. Aber die machen eh alles nach, was vom Kontinent kommt, in der Panik wegen ihrer „splendid isolation“ etwas zu verpassen. Ich kenne niemanden, der die BILD liest, sie ist aber die meist verkaufte Tageszeitung. Analog zu den Volksmusiksendungen der Öffentlich-Rechtlichen. Das ist deren Bildungsauftrag für die CDU-Wähler. Weil keiner den Guido in exponenter Stelle wollte, wird er jetzt unser Vizekaiser und nicht Englisch- Sprechen-Wollender-Außenotto. Von Uns-Angela reden wir lieber nicht. Oder gibt es einen, der zugibt, sie persönlich gewählt zu haben? Wie sich Menschen verhalten, sieht man immer dann, wenn viele dieser Gattung dasselbe zur gleichen Zeit und sehr Ortsnah tun. Schauen wir mal auf das Münchner Oktoberfest, eine volle U-Bahn, ein Kaufhaus in der Rabattschlacht, ein Fußballstadion und eine volle Autobahn. Da wird das sensibelste, intelligenteste und sympathischte Individuum entweder zum Bierseligen, auf der Bank Tanzender und Schunkelnder Frauenheld, zum Ellbogen-Rambo, der die Oma vom letzten Sitzplatz schubst, zur kreischenden Xanthippe, die das letzte blassrosa T-Shirt für 3,99 nie mehr loslassen würde, zum Rowdy, der alles was gelb oder blau ist, inklusive Schiedsrichter niedermachen würde und last but not least, alle die nicht sofort die linke, seine Fahrspur frei machen, mit Recht und Vollgas von der Piste rammen wollte. Zieht man wahllos einen aus dieser wummernden, blökenden Masse und konfrontiert ihn mit seinem Tun, dann bricht er sofort in sich zusammen und wimmert: Ja, aber das haben alle getan! Genau das ist es! Das haben alle getan. Das war schon immer so. Das haben wir immer schon so gemacht. Merken Sie was? In der Menge, in der Masse, in der Herde wird der Einzelne Gesichtslos. Fühlt sich nicht mehr verantwortlich. Oder wächst alternativ über sich hinaus, wird zum Anheizer, zur Zentralfigur. Mit dem einzelnen Individuum jedenfalls hat eine Massenveranstaltung wenig gemein. So muss man dann auch die Wahlslogans der Parteien lesen, die Waschmittelwerbung und die dümmliche TV- und Radioreklame. Sie richten sich an die Menge. Da werden andere Parolen gebraucht als in der Einzelansprache. Wer das alles realisiert und seinen Herdentrieb, sollte er künftig auftreten, hinterfragt, wird vermutlich zu anderen Handlungsparametern tendieren. Das macht ihn zwar moralisch auf jeden Fall besser, aber furchtbar unbeliebt und einsam.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 11:20

Freitag, 23. Oktober 2009

Ritter, Cowboys und Piraten

Aus dieser oder ähnlicher oder anderer Reihenfolge setzt sich mein humanitäres Weltbild zusammen. Eigentlich seltsam, wenn man bedenkt, was diese Bevölkerungsgruppe so alles angerichtet hat. Oder sollte ich besser verbrochen hat sagen? Aber trotzdem geht es dabei immer um die guten Ritter, Cowboys und Piraten. Die bösen und blöden haben zu meinem gefestigt humanitären Weltbild ebenso viel beigetragen. Wie soll man sonst wissen, was man sicher nicht will, wenn man dem nie begegnet ist. Mein Bild entwickelte sich aus den Helden meiner Kindheit heraus. Alles, was danach kam, hat daran nichts mehr ändern können. Oder wenn, dann nur minimal. Der Gerechtigkeit dienen. Es mit barer und gleicher Münze zurück zahlen. Zu den Mutigen, Waghalsigen und Unerschrockenen zu gehören. Das Schicksal in die eigenen Hände zu nehmen. Etwas riskieren. Ach, was sage ich „etwas?“, alles und wenn es sein muss Kopf und Kragen. Eine Haltung haben, bewahren und zeigen. Die Waffe des Wortes wie die Klinge eines Schwertes zu führen. Mit seinen Jungs das Unmögliche erreichen und erleben. Tief verbundene Freundschaft wie Blutsbrüder. Und das alles miteinander teilen. Vieles aus den Filmen, Büchern und Geschichten meiner Kindheit prägt heute mein Weltbild. Das ist doch seltsam – oder? Alle diese Geschichten und die dazugehörigen Bilder sind da, als wäre es gestern gewesen. Viele Vorstellungen über das, wie es ist und wie es sein könnte, rühren aus dieser Zeit. Die drei Musketiere, Robin Hood, der Graf von Montecristo, der rote Kosar... und viele mehr. Ich finde das wunderbar. Denn über die Zeit hinweg hat es mir immer das sichere und gute Gefühl verliehen, auf der richtigen Seite meines Lebens zu stehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:12

Werbeproblematik

Die Werbung ergibt nur einen Sinn, wenn sie eine zielführende Wirkung entfaltet. Das kann Werbung. Aber nicht immer mit den gleichen Mitteln und schon gar nicht auf den gleichen Wegen. Die Wirkung der Werbung stumpft sich mit ständiger Wiederholung ab. Das Neue ist irgendwann bekannt, dann ist es gewohnt (gewöhnlich) und man empfindet Werbung als störend. Somit sind die Dienstleistungen und Produkte zwar oft die selben, der Weg der Werbung zum Relevant Set, zur Kaufentscheidung, zur Markenbildung und zu allen anderen wichtigen Zielen der Werbewirkung verändert sich aber ständig. Weil, wie gesagt die bekannten Mechaniken an Wirkung verlieren. Teilweise sogar dramatisch. Was die katastrophale Folge hat das man bei schwindender Wirkung den Werbedruck auch noch erhöhen muss, um überhaupt noch eine Wirkung zu erzielen. Das heißt man muss mehr Budget bei schwindender Wirkung investieren. Oder man muss die Mechaniken und die Wege ändern, bei gleichem Ziel. Aber wer kann und will das schon.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:06

Mittwoch, 21. Oktober 2009

Das ist ja mal wirklich interessant

Mitleid? Oder was? Wenn jemand so offensichtlich keinen blassen Schimmer hat? Bei Knüwer hat in den Kommentaren einer vorgeschlagen, das zur Quizidee zu machen: "Politiker erklären das Internet, und man muss raten, was sie damit meinen." Ach so, und ja, ich glaube auch, dass es nicht um Wave, sondern um Twitter geht. Vielleicht.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:47

Zeitzeichen

Die Zeit begleitet einen durchs Leben. Damit könnte auch die Wochenzeitschrift gemeint sein, ist es aber nicht, sondern die Zeit in Zahlen. Von überall her begegnet einem die Zeit. Mal mehr, mal weniger. Mal steht die Zeit, mal klingelt es um eine Zeit. Man schaut oft nach der Zeit. Im Schulunterricht musste ich lernen, wie lange noch nur fünf Minuten bis zur Pause dauern können und wie schnell in einer Prüfung drei Stunden herum waren. Ich weiß nicht mehr wann, aber irgendwann bekam ich meine erste Armbanduhr. Ich denke, es war eine Timex oder eine Seiko. Sie hatte im Dunkeln leuchtende Streifen, daran kann ich mich noch erinnern. Jedenfalls ist der Blick auf die Uhr ein Bewegungsablauf, der sehr viel Zeit in Anspruch genommen hat. Wie oft und wie lange hat man auf Uhren geschaut, um die Zeit zu erfahren. Manchmal mit triftigem Grund, meistens völlig grundlos. Überall sind Uhren. Überall steht die Zeit. Ständig begleitet uns unsere Zeitrechnung. Ständig leben wir in dem Gefühl, die genaue Zeit zu kennen. Zudem werden wir ständig nach der Zeit gefragt. Deshalb fragen auch wir ständig nach der Zeit. Wie spät ist es? Wie viel Uhr ist es? Wie lange noch? Es gibt Zeiten, da kommt man an - Ankunftszeiten. Und dann gibt es Zeiten, da reist man ab - Abfahrtszeiten. Dann gibt es Zeiten, da verweilt man für eine bestimmte Zeit an einem Ort - Ortszeiten. Ständig sprechen wir über die Zeit, wie lange diese war oder wie kurz. Wann genau diese war. Wir teilen vieles in Zeit ein - Zeiteinheiten. Man ist 11 Jahre verheiratet. Die Kinder sind x Jahre alt. Man hat 6 Monate keinen Führerschein. Man wartet schon 30 Minuten. Man ist 15 Minuten hinter der Zeit. Der Wecker klingelt zu einer bestimmten Zeit. Und von Zeit zu Zeit müssen wir uns über die Zeit vergewissern, obwohl es immer dieselbe Zeit ist, denn es ist immer genau jetzt. Ein Film dauert 120 Minuten. Ein Fußballspiel 90 Minuten plus Nachspielzeit. Ein Ei kochen dauert 5 bis 8 Minuten. Das Leben besteht aus Zeiten. Das ganze Leben. Dann gibt es noch die Arbeitszeit und die Freizeit, aber eigentlich ist auch das alles dasselbe, nämlich Lebenszeit. Männer neigen dazu, sich so teure Zeiteisen, wie es nur geht, um das Handgelenk zu legen, weil der Schmuck, den sie tragen können, ohne dass es ganz peinlich wird, sich eigentlich auf Armbanduhren beschränkt. Teure Zeitzeichen sind ein Zeichen von Wohlstand, Status, Individualität und Geltungsdrang. Es gibt Armbanduhren für 4,99 EUR und für 55.000 EUR. Aber alle können im Prinzip nur dasselbe - die Zeit zeigen. Auch ich bin von diesem Männertrend nicht ganz verschont geblieben. Auch ich hatte eine Zeit, in der ich zeigen wollte, wie gut ich bin. Aber das ging vorbei. Nicht, weil mich teure und schöne Uhren nicht mehr interessieren, aber ich habe meine Eine gefunden und dafür alle anderen liegengelassen oder ihnen keine Aufmerksamkeit mehr geschenkt. Ich bin in Sachen Armbanduhren nicht nur monogam, sondern auch fest dazu entschlossen, sollte diese Uhr mal nicht an meinem Armgelenk sein, aus welchen Gründen auch immer, dass diesen Platz nie wieder eine andere einnehmen wird.Das ist sie, das war sie und somit ist für mich das Kapitel beendet. Denn es erscheint mir ohnehin als ein größeres Privileg, zeitlos zu sein und durchs Leben zu gehen. Gerade Menschen ohne Uhr und ohne Handy bewundere ich auf seltsame und unübersehbare Art und Weise. Weniger scheint auch hier letztendlich spürbar mehr zu sein.Meine innere Uhr beeindruckt mich ohnehin. Oft wundere ich mich über mein exaktes Zeitgefühl. So wache ich grundsätzlich genau 1 Minute, bevor der Wecker klingelt von selbst auf, um diesen auszuschalten. Mein Zeitgefühl verlässt mich selten. Und falls doch, sind die Gründe dafür nachvollziehbar. Das mit den Stunden, Minuten und Sekunden kann ganz schön anstrengend werden. Deswegen erscheint es auf meinem langen Lebensweg zur Gelassenheit auch nur logisch, dass der Zeitpunkt kommt, da ich nur noch von einer Zeit rede und auch nur noch in einer lebe - im Jetzt.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:32

Produktproblematik

Das Produkt ist wichtig. Aber auch das Produkt ist nur so wichtig, wie die Summe der Aspekte, welche dafür sorgen, dass ein Produkt auch gewinnbringend verkauft wird.Die Märkte zeigen, dass z.B. bessere Produkte nicht immer mehr verkauft werden. Oft beginnen Entwicklungen erst, wenn Märkte stark unter Druck kommen. Wenn also die Nachfrage rückläufig ist. Die Hersteller haben sich somit auf dem Erfolg der Vergangenheit ausgeruht und haben kein Entwicklungs- und Innovationsdruck verspürt. Erst wenn es schlecht läuft, versucht man über Neuerungen den rückläufigen Markt für sich zu gewinnen. Was in der Regel schon zu spät ist. Jedes Produkt begleitet ein Aspekt, der unumstößlich etwas über seinen Erfolg und/oder Misserfolg aussagt: die Relevanz. Diese ist zu einem überwiegenden Teil emotional. Deshalb ist die Relevanz so schwer zu steuern. Wer aber mit einer großen Relevanz im Markt ist, der weiß wie man davon profitieren kann. Wenn Märkte und ihre Produkte an Relevanz verloren haben, sieht das schon ganz anders aus. Verlorene Relevanz über dasselbe Involvement wieder zu beleben, funktioniert nur in den seltensten Fällen und auch nur dann wenn eine lange Zeit - Durststrecke - dazwischen lag. In der Regel braucht ein solcher Markt oder solche Produkte ein neues emotionales Involvement. Einen neuen Träger für die Relevanz.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:26

Dienstag, 20. Oktober 2009

Marketing vom Angeln lernen

Beim Angeln kann man alle Arten des Marketings beobachten und von den verschiedenen Mechaniken lernen. Vom einzelnen Angler bis zum weltumspannenden Treibnetz. Entscheidend ist der Aufwand im Verhältnis zum Ertrag. Dem einzelnen Angler genügen drei Renken. Dem Hochseetrawler würde das sicher nicht genügen. Der einzelne Angler angelt genau so viel, bis sein Bedarf gedeckt ist. Die Schiffsflotten fischen weit darüber hinaus. Gewinnmaximierung nennt man das. Sie fischen alles, so oft und so viel wie es geht. Um aus der Masse an Fang möglichst viel Gewinn zu generieren. Sie leben nicht vom Fisch, den sie fangen, sondern vom Geld, das der Fischfang einbringt. Beim Angler ist die Erfahrung nicht zu unterschätzen. Der Standort. Die Zeit. Und natürlich der Köder, der bekanntlich dem Fisch schmecken muss und nicht dem Angler. Diesem muss dieser nicht mal wirklich gefallen. Gibt es keinen Fisch zu angeln, dann gibt es keinen zu essen. So muss man sich darüber immer im klaren sein, welches Wertschöpfungsprinzip hinter jeder Angel steckt. Dadurch sind auch die Mittel klar. Und der Aufwand. Ein wichtiger Aspekt beim Angeln und Fischen ist die Geduld. Der Fisch beißt nicht an, wann man will, sondern wann er will. Beim Hochseefischen entwickelt sich die Geduld ebenfalls zu einem zunehmend wichtigeren Aspekt. Denn es gibt immer weniger Fische zu fischen. Dann ist das Werkzeug ebenso wichtig, man sollte mit dem Passenden an die Sache gehen. Schließlich muss man wissen, was man wo, wie und wann fängt. Wer das alles in Einklang bringt und beherrscht, der müsste sein Ziel erreichen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:16

Geldproblematik

Geld ist oftmals das Ziel. Es geht in den meisten Wertschöpfungsketten primär darum, Geld zu beschaffen. Deswegen erscheinen in unserem Verständnis Unternehmenskonzepte, die viel Geld erwirtschaften als wertvoller, als welche, die weniger erwirtschaften. Am Geld wird nicht nur vieles fest gemacht. Geld gibt denen, die dieses im Übermaß generieren auch noch Recht und Macht. Somit orientieren sich viele an dieser Art der Wertschöpfung. Niemand fragt dabei, wie nachhaltig die Wertschöpfung ist. Wie sinnvoll. Wie groß der relevante Nutzen. Wie zufrieden die Kunden sind. Das Ergebnis in Zahlen wird nicht hinterfragt. Das Ergebnis, das diese Zahlen nicht liefert, wird aber grundsätzlich immer hinterfragt. Dieses Hinterfragen behindert aber natürlich alle anderen Konzepte, weil diese ja an den numerisch in Geld gemessenen, gemessen werden. Wer maximale Geldwertschöpfung erzielt wird nicht hinterfragt, sondern ist gefragt. Dem Geld wird viel zu viel Aufmerksamkeit zu Teil, anstatt der eigentlichen Wertschöpfung, die aus der Wertschätzung entsteht. Somit gehört es zu den Erfolgsfaktoren, sich nicht nur auf Geld zu reduzieren.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:10

Sonntag, 18. Oktober 2009

Und jetzt Werbung

Hab mit mir gerungen. Werbung? Iiih! Noch dazu von einem Laden, der sogar in seinen Skandälchen pur mittelmäßig ist, der auf dem absteigenden Ast ist und der längst nur noch von der Substanz lebt. Denen geb ich doch keine Plattform. Noch dazu, wo das Dings eh ein Hype ist.
Aber ich finds einfach zuu nett. "We believe that the easiest way to change people's behaviour for the better is by making it fun to do. We call it The fun theory"

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:13

Do you want to know?

"If you really want to know why the financial system nearly collapsed in the fall of 2008, I can tell you in one simple sentence."
NYT

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 11:18

Samstag, 17. Oktober 2009

Samstagsgedanken: Berufswahl

Macht sich heute noch jemand Gedanken darum, was er werden will? So beruflich, meine ich. Oder wird man automatisch das, was die Eltern sind: Anwalt, Beamter oder Hartz-IV-ler? Bei uns damals in der Schule war das noch überhaupt kein Thema. Nicht einmal in der Abiturklasse wurden wir auf so etwas Unwichtiges wie eine Berufswahl hingewiesen. Da war es allemal wichtiger, griechische Deklinationen zu lernen oder eine Interpretation zu einem Goethe-Gedicht zu verfassen.
Studiert haben wir dann etwas, wo wir glaubten, da ließe sich später Geld mit machen. Hauptsache, wir mussten noch nicht arbeiten. Aber wie läuft denn das heute ab mit der Berufswahl? Wo doch angeblich schon in der dritten Volksschulklasse der heiße Kampf um den Numerus Clausus beginnt und nur der versetzt wird, der dem Rektor morgentlich aus dem Mantel hilft.
Weil ich das ganz ohne Markus Lanz und Crew wissen wollte, ging ich direkt an die Basis. Ich fragte meine Nichte, bald 20 & Friends. Was wollte ihr denn mal werden?
Die eine antwortete, Modedesignerin. Der andere Fußballprofi. Als ich die angehende Vivian Westwood fragte, was sie denn schon geschneidert habe, kam die Antwort: Nichts. Sie könne noch nicht einmal nähen, geschweige denn mit der Nähmaschine umgehen. Auch Zeichnen sei nicht so ihr Ding, räumte sie freimütig ein. Und Ideen für Klamotten habe sie außer „cool muss es aussehen“ auch keine. Ihr Berufswunsch resultierte lediglich aus ihrer Vorliebe fürs Shoppen.
Auch der zukünftige Lukas Podolski spielte noch immer in der B-Klasse und dachte mit einmal Training die Woche, müsse sein Talent doch voll zur Entfaltung kommen, so dass er beim nächsten Brasilienurlaub als aufstrebendes Jahrhunderttalent aus Rio von der Scouting Abteilung des FC Bayern München entdeckt werden müsste. Ganz krass, Alder!
Die weiteren traurigen Details lasse ich jetzt hier mal weg. Klar wurde mir lediglich, dass durch den allgegenwärtigen Medienkonsum doch inzwischen die meisten Heranwachsenden glauben, Ausbildung, Bildung oder Können, Talent oder Begabung, Begeisterung oder Wille seien unwichtig. Wichtig sei, zur richtigen Zeit beim passenden Casting oder am richtigen Ort zu sein, um entweder von Dieter Bohlen zum Superstar aufgebaut, von Detlef D. zum Popstar gemobbt, von Karl Lagerfeld auf der Kö in Düsseldorf als künftige Muse entdeckt oder wenigstens von Boris B. oder wahlweise Flavio Briatore geschwängert zu werden.
Meine These wurde mit dem gerade vorüber gegangen Oktoberfest erhärtet. Die Münchner Boulevardpresse zelebriert während der Wiesn täglich, welche Leute derzeit hipp sind. Mangels wirklicher Prominenter werden - wie soll ich sagen? - Journalisten-Objekte aufgebaut, über die man schreiben kann und die sich willig im Vollrausch fotografieren lassen.
So ist z.B. ein Wiesnwirt ein mächtiger Prominenter. Früher hieß es einmal, wer nichts wird, wird Wirt. Doch heutzutage wird selbst der Kneipenbesitz gecastet, zudem ist er Herr über die Biertische und die bunten Einlassbandl. Damit entscheidet er, wer morgen in der Zeitung steht und nachlesen darf, wen er oder sie im Suff gebusselt hat.
Auch Fernsehköche sind sehr prominent. Und DJs, also Plattenaufleger. Ebenso gehören Türsteher zur Münchner High Society und natürlich Models. Die heißen entweder Sara oder Giulia und haben mal reich geheiratet oder wenigstens einen reichen Papa. Noch besser natürlich beides. Friseur heißt heute Stylist und ist natürlich auch berühmt. Im Hippodrom oder Käferzelt ist man sogar schon berühmt, wenn man nur drin sitzt. In ist, wer drin ist - oder zumindest Unternehmergattin ist. Und als Normalo rein kommt man nur, wenn man mal mit einem Prominenten liiert war. Wenn sich dann zwei Exen neu liieren, sind sie in der Verbindung gleich mega-hipp. Beliebt sind auch leicht verschwommene Berufsbilder wie Mediengestalter, Schmuckdesignerin, Moderatorin, Event-Manager oder Webdesign-Architekt. Wichtig ist, dass man gerade ein neues Projekt vorbereitet, über das man aber noch nicht reden darf. Meine Lieblingsberufe sind aber TV-Lady und It-Girl. Bei beiden weiß man zwar gleich überhaupt nicht, was das ist oder was die machen, aber es ist - ja, was? It, halt.
Hätte ich damals solche Vorgaben und Vorbilder für meinen zukünftigen Beruf gehabt,mein Gott, ich wäre heute Spielerfrau!

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 11:15

Freitag, 16. Oktober 2009

Beschäftigungstherapie

Zeit kann grausam sein. Muss aber nicht. Wenn man Zeit sinnvoll nutzt. Die Spezies "Mann" kann sich ein Leben lang in einen Keller zurück ziehen und sich dort ausdauernd mit sich selbst und z.B. einer Eisenbahn beschäftigen. Wie sinnvoll oder sinnlos das ist, wage ich nicht zu bewerten. Denn schließlich spielt der Mann eine Art Schöpfungsgeschichte. Niemand, der es nicht selbst schon mal getan hat, kann nachvollziehen, wie es ist, der Gott auf seiner Platte zu sein.Festzulegen, welcher Baum wo steht und in welchem Winkel Häuser zueinander. Geschweige vom Schienenverlauf zu sprechen. So spielt der Mann irgendwie Gott. Wenn man sich die Wirklichkeit anschaut, erkennt man zwar genau den Unterschied vom Original zur Kopie, aber was soll es . Was sonst hält einen Menschen 50 bis 60 Jahre in einem Keller. Würde das Frauen passieren, würden wir sicher von einem Verbrechen aus gehen. Und wären empört, in welchen Zu- und Umständen da gelebt werden musste. Für Männer sieht das ganz anders aus. Die gehen da freiwillig runter und rein und bleiben da. Gerne. Freiwillig. Mit Loks, Gleisen und Weichen. Mit Figuren, Bäumen und Zäunen. Häusern, Bergen und Tunneln. Mit Klebstoff und anderem nützlichen Werkzeug.Mal abgesehen davon, ist das doch ein weiterer Beweis dafür, wie wenig Männer eigentlich wirklich brauchen, um restlos glücklich sein zu können. Der Mann ist von Haus aus genügsam.
Ich würde sagen spartanisch. Erst durch die Gegenwart von Frauen knallt er vollends durch. Was er alles in Bewegung setzt, um Frauen zu beeindrucken - unglaublich. Wie sähe die Welt wohl aus, wenn es dieses Gehabe und Getue nicht gäbe. Sie wäre sicher ärmer an männlichem Wahnsinn und Größenwahnsinn. An alle dem, was Männer eben so tun und haben, um Frauen zu gefallen. Aber sie wäre sicher reicher an ausgeglichenen Männern, die den Ball wirklich mal flach halten könnten.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 06:59

Donnerstag, 15. Oktober 2009

Und da stehen sie nun

Fernsehtürme. Seiner Zeit gut gedacht. Aber von derselben überholt. Am Anfang waren das noch Funktürme. Wie auch in Berlin. Die dann nachträglich zu Fernsehtürmen umgerüstet wurden. Als Internettürme sind sie leider unbrauchbar. Und als Mobilfunksender eine Nummer zu groß. So stehen sie nun in allen Städten, die etwas auf sich halten und welche die Entwicklung nicht abwarten konnten. Viele Stadtbilder von großen Städten sind bis auf Weiteres durch den Anblick von Fernsehtürmen geprägt. Heute sind es teure Aussichtstürme, von denen man aus ins Hafenbecken oder über die Stadt schauen kann. Mit Gastronomien ausgestattet, wie man sie auch gerne an Autobahnen antrifft und schätzt. Wenn man bedenkt, was die Dinger mal gekostet haben. Und was die heute nicht mehr wert sind. Aber wer weiß, wenn aus Radiotürmen im Laufe der Zeit Fernsehtürme wurden, was sich eventuell noch ergiebt, wenn wir lange genug warten. Was für ein teurer, großer unübersehbarer meist hässlicher Irrtum der Entwicklung. So ein Pech aber auch. Man sollte wirklich mal anfangen in alternativen Nutz-Konzepten zu denken. Mir fällt so spontan nichts ein. Und das passiert wirklich nicht oft!

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:21

Mittwoch, 14. Oktober 2009

Wer um Himmelswillen war eigentlich Zweiter?

Natürlich muss man nicht immer erster, der berühmte „first mover“ sein. Aber mit Blick auf die Geschichte und allem was sich darin so abgespielt hat, scheint es nicht von Nachteil zu sein. Denn mit dem „Ersten“ verbindet man immer zugleich auch das Ereignis oder Erlebnis. Da macht es sich das Gehirn einfach. Wir können die Weltmeister aufzählen, aber wer Zweiter wurde - da hapert es. Was bedeutet das für das Marketing? Wenn Du die Chance hast, dann sei Erster. Wenn du sie wieder mal verpasst hast, dann lebe damit. Und sei der beste Zweite. Alles was wir zum ersten mal bekommen, besessen und uns geleistet haben, bleibt in der Erinnerung. Alles danach ist sehr schwer aus dem Gedächtnis wieder hervor zu holen. Somit nutzt man einen Vorteil des Involvement, wenn man Erster ist. Denn damit wird das gesamte Momentum verbunden. Und das kann nicht schlecht sein. Diesen Vorteil hat man allerdings nur am Anfang, dann sollte man nachlegen. Sonst ist man nur Geschichte. Er war zwar der Erste, aber er hat nichts draus gemacht. Nutze den Vorteil, der Erste zu sein.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 08:56

Dienstag, 13. Oktober 2009

Verbundenheit durchs Segeln lernen

Wie sehr man sich aufeinander verlassen kann. Wie sehr man aufeinander angewiesen sein kann. Wie sehr man sich riechen kann. Wie sehr man sich unterordnen kann. Wie sehr man führen kann oder geführt werden kann. Wie sehr man sich in den Dienst einer Sache stellen kann. Wie sehr man sich zurücknehmen kann. Wie sehr man anpacken kann. Wie sehr man Menschen einschätzen kann. Wie sehr man eine gute Selbsteinschätzung haben kann. Wie sehr man Nerven aus Stahl haben kann. Wie sehr man durchhalten kann. Wie sehr man Leistung einbringen kann. Wie sehr man lernen kann. Wie sehr man vermitteln kann. Wie sehr man runterschlucken kann.
Wer wirklich rausbekommen will, wie sehr er kann, nämlich in einer Mannschaft oder in einem Team, der sollte drei Wochen segeln gehen. Mit Menschen, von denen er ausgeht, dass er mit denen am besten kann. Danach weiß er es. Was, das verrate ich nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:34

Wissensproblematik

Das mit den falschen Göttern wurde hinreichend schon behandelt. In Anlehnung an diese möchte ich das „Wissen“ gleich mit einordnen. Denn in unserer Gesellschaft wird das Wissen angepriesen, angehimmelt bis hin zu vergöttert. Dabei ist Wissen genau genommen nur die numerische Ansammlung von Fakten. Das war es. Das ist so, als ob man alle Hauptstädte der Welt kennt. Das ist Wissen. Und? Zwei andere Aspekte hätten viel größeren Respekt verdient als das dumpfe Wissen, die Intelligenz und die Intuition. Aber deren Sterne leuchten bei weitem nicht so hell, wie man an zahlreichen Gewinnspielen, TV Sendungen und überall sonst auch sehen kann. Da häufen Menschen Informationen an, das nennt man dann Wissen, und alle bewundern dieses. Dabei stellen Informationen keinen Wert dar. Wie Ideen im Kopf. Das Internet ist voller Informationen. Ich behaupte sogar, dass Wissen belastet. Wer zu viel weiß, der verlernt das abstrakte Denken, das Intuitive sich leiten lassen. Intelligenz wird durch Unwichtiges und zu viel Wissen in seiner Entfaltung behindert. Somit schaden wir uns viel, wenn wir weiterhin stur und dumm nur Wissen anhäufen und abfragen. Es wäre ein Zeichen von hoher Intelligenz, wenn das Gegenteil gefördert würde. Das, was Intelligenz und Intuition bereitstellt. Denn was ist einem lieber, wenn man mit einem Flugzeug in den Bergen abstürzt und mit wenigen überlebt: einer der alle Hauptstädte auswendig kennt oder einer, der aus Trümmern einen Ausweg finden kann?
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:30

Montag, 12. Oktober 2009

Mit dem Leben gespielt der Spielberg?

```
flowplayer("podcast_6fdf079c2c1c62894d867984da6a5812",
"/blog/plugins/serendipity_event_podcast/player/flowplayer/flowplayer-3.2.7.swf", {
clip: {
   onStart: function(clip) {
      pel = document.getElementById('podcast_6fdf079c2c1c62894d867984da6a5812').style;
      pel.width  = clip.metaData.width + 'px';
      pel.height = clip.metaData.height + 'px';
   }
}
});
```

hai.flv

Emotion vs. Ratio. Es ist nicht überliefert, dass dem Hai eine besonders menschenfeindliche Gesinnung anbei geht. Ganz im Gegenteil, die Liste der dem Mensch gefährlich werdenden Tiere ist sehr lang und der Hai ist auf den vorderen Plätzen nie zu finden. Da gibt es ganz andere Tiere, die dem Menschen weitaus gefährlicher werden können. Die Zahlen, Daten und Fakten sprechen hier eine klare Sprache. Aber was hilft das, wenn alle glauben, der Hai sei der größte Gegner der menschlichen Spezies und muss deshalb ausgerottet werden. Ein Film hat das alles ausgelöst und bewirkt: Der weiße Hai. Seitdem ist klar, was für ein Menschenfresser der Hai ist. Seitdem glauben alle und sind alle überzeugt davon, dass ist der weiße Hai ist, vor dem wir uns in acht nehmen müssen.Die Verhältnismäßigkeiten sind so absurd, dass man gar nicht anfangen braucht, dagegen anzustinken, sondern dem Hai und seiner gesamten Gattung besser ein „Lebewohl“ wünscht. Denn die Ausrottung ist nicht mehr aufzuhalten. Haie werden in Massen getötet. Die Legitimation liegt für alle auf der Hand: Der Hai ist böse. Was böse ist, darf man töten. So einfach ist das mit den Emotionen, auch wenn die Ratio was ganz anderes sagt. Warum erzähle ich das? Weil ich die Wirkung, die Kraft und die Macht der Emotion verdeutlichen will. Weil viel zu viele wirklich glauben, mit Ratio überzeugen zu können. Was bei einer solchen geladenen Emotion völlig unsinnig ist. Man kann nur hoffen, dass zukünftig auch Filmemacher sich verantwortungsvoller zeigen, wenn sie für den Kommerz eine ganze Gattung aufs Spiel setzen. Denn der größte Feind ist bei weitem noch immer der Mensch selbst mit endlosem Abstand auf das erste Tier. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Mensch von einem Menschen getötet wird, anstatt von einem Hai, ist mehrere 1.000 mal größer. Na, und wen interessiert das? Und dann gibt es da kleine Stechmücken, die viele zehntausende Menschen jedes Jahr auf dem Gewissen haben - oder auch nicht. Skorpione, denen ebenfalls jedes Jahr fast 10.000 Menschen zum Opfer fallen. Und... und...und... . Alles das ist nichts wert, wenn mal emotional Position bezogen wurde.Was in diesem Fall mit besonders negativem Ausgang zu verfolgen ist, kann man sich aber auch andersherum vorstellen. Noch heute sind wir bei Flipper überzeugt, dass Delphine dem Menschen näher sind, als alle anderen Tiere. Dass Collies Tag ein, Tag aus, Menschen aus brennenden Wäldern retten, Lassi sei Dank. Und so geht es weiter und weiter mit einer Welt voller Vorstellungen und Meinungen, die mit der Wirklichkeit, der Realität und der Wahrheit nichts zu tun haben.
Somit ist bewiesen, dass es ein leichtes ist, Menschen emotional für seine Ziele einzunehmen. Und dass man den Versuch, Menschen rational zu überzeugen, besser gleich lässt. Denn das ist weder viel- noch erfolgversprechend.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:25

Samstag, 10. Oktober 2009

Markenbildung

Nach wie vor ist eine Marke Milliarden schwer. Warum ist das so? Weil wir Menschen faul sind. Wir lernen so lange, dass Papiertaschentücher Tempos heißen, Gummibären vom Hans Riegel in Bonn gemacht werden und Weißwürscht das 12-Uhr-Läuten nicht erleben dürfen, bis wir glauben, dass alle Kühe lila sind.Haben wir diesen Aha-Effekt erst mal internalisiert, also verinnerlicht, läuft der gesamte Rest wie von den wahnsinnig cleveren Werbeagenturfuzzis vorgeplant, vollautomatisch ab. Weil ich Milch brauche, gehe ich in den nächsten Supermarkt. Dort werde ich zunächst rechts herum geführt, um meine normale Orientierung zu schwächen. Am Eingang suggeriert mir grünlila Licht in der Obst- und Gemüseabteilung frisch geerntetes Obst vom Bauern, gepaart mit dem Aroma frisch gebackener Semmeln, die Bäcker Müller aber leider nur in der Mikrowelle auftaut.Aber das Ziel ist erreicht. Wie mit der Pawlowschen Klingel werden meine Appetit Rezeptoren angeregt und mein Reptiliengehirn auf Fressen programmiert. Ich schiebe den riesigen, noch leeren Einkaufswagen vor mir her und soll nur noch denken: Beute, Beute machen. Fülle dir diesen Jagdspieß mit köstlicher Beute. Du bist der große, weiße Jäger!Listig werde ich über die „Frischfleisch“-Abteilung, deren rotes Licht frisches Blut vortäuscht an die Regale mit Rind, Schwein oder Pute geführt. Schade, jetzt hätte ich Hunger auf Mammut. Doch schon links herum im Süßigkeitengang lässt mich das Haribo-Programm zehn Tüten mit Gummibärchen einladen. Jetzt noch 20 Tafeln lila Kuh dazu und mein Jagdtrieb flaut erstmal wieder ab. Warum bin ich hier? Wer bin ich? Und warum? Ah ja. Zwei Liter Milch brauche ich noch. Auch hier greift eine Konditionierung: Weil der Herr Müller seine Steuern in der Schweiz und Österreich hinterzieht und seine Joghurtbecher zuerst 2.000 km durch Europa kutschiert werden, darf ich von ihm nichts kaufen. Genauso wenig wie von Herrn Schell und Herrn Aral, weil die immer die Benzinpreise vor jedem Wochenende und Ferienbeginn prophylaktisch erhöhen. Dabei wollen sie doch nur von zu viel CO^2 abschrecken.Aber wie komme ich jetzt auf den Supermarkt? Ich wollte doch etwas über Markenbildung erzählen? Gestern konnte ich nämlich nicht schnell genug weg zappen, weil ich links eine Tafel lila Kuh und rechts eine Tüte Hans-Riegels in den Händen hatte, fehlte mir der angestammte Platz für die Fernbedienung, die wichtigste Erfindung seit der Fußball-Bundesliga. Jedenfalls hörte ich eine fürchterliche Disharmonie, Jingle genannt, mit dem Slogan „Mein RTL!“ Und sofort danach kam ein Spot, also ein furchtbar langweiliger Reklamebrocken, der mit dem Ausruf endend frohlockte: „Mein Montana! Mehr Energie!“Jetzt übertreiben sie aber, diese Neurobiologisch-Erkenntnis-psychologisch angehaucht Halbwissenden in den schicken Lofts der 20-jährigen Reklamehelden. Energie?! Da baut ihr keine Marke mit auf. Bei uns kommt der Strom noch immer aus der Steckdose. Egal, ob Angie & Guido die AKWs laufen lassen oder Claudia & Jürgen mit ihren Windrädchen spielen. Ihr glaubt doch nicht, dass ich sofort beim Montana-Spot ans Telefon eile und meinen Stromanbieter kündige. Ich weiß ja nicht einmal, wer das ist.Und RTL? Ganz ehrlich? Was erwarte ich denn vom Fernsehen? Fußballübertragungen, Sportsendungen und Fußballübertragungen. Ab und zu etwas Politik fürs „Sich-Ärgern-Können“ und abends dann ein Quiz oder Michelle Hunziker. Nur, wer das sendet oder warum, das ist uns großen, weißen Jägern wirklich so vollkommen egal, dass ich dafür sogar meine GEZ-Gebühren zahlen würde

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Lektion um 10:30

Freitag, 9. Oktober 2009

Beziehungskiste

Ich möchte mal über meine Beziehung zu meinem Briefkasten schreiben. Früher hatten wir ein tolles Verhältnis miteinander. Denn außer Urlaubsgrüße oder Geschenke und Paketkarten hat unsere Beziehung nichts belastet. Dann, im Laufe der Jahre, stellte sich plötzlich der „blaue Brief“ ein. Das war die erste Begegnung mit dem Briefkasten, die ganz klar sagte: "Ich kann auch anders." Um das Problem in den Griff zu bekommen, bekamen wir den Briefträger in den Griff. Der nur mir persönlich einen solchen „blauen Brief“ aushändigte. Diesen habe ich dann unter Wasserdampf fein säuberlich geöffnet und erst mal durchgelesen. Die ungefährlichen habe ich dann wieder verschlossen und auf den Poststapel gelegt. Dann gab es die zweite Kategorie der erklärungsbedürftigen blauen Briefe. Auf die konnte ich mich sehr gut vorbereiten, weil ich den Inhalt schon kannte. Und dann gab es die dritte Kategorie derer, die nicht zu erklären waren. Diese fielen dann unter den Tisch. Das klappte sehr gut.Aber unsere Beziehung trat in eine neue Dimension ein. In meiner ersten eigenen Wohnung wurde aus dem lockeren Verhältnis der Vergangenheit leider schnell ein sehr verkrampftes. Von Freitag bis Montag Morgen würdigten wir uns keines Blickes. Denn ich wollte mir von "so einer Rechnung" oder was auch immer, nicht das Wochenende versauen lassen. Nun trat unsere Beziehung in eine sehr unterkühlte Phase ein. Genau in dieser Phase kam noch ein neuer Trend auf, die Werbung in der Post. Diese nahm schlagartig zu. So, dass der Papierkorb unter dem Briefkasten im Hausflur, der sonst einmal im Monat geleert wurde, plötzlich wöchentlich überquoll. Zwischen diesen ganzen unsinnigen und überflüssigen Werbebotschaften versteckte sich dann die Post. Was in der Regel mehr negative Überraschungen zum Vorschein brachte. Die Bank, die Verkehrsdelikte, die Rechnungen, die Eltern. Alle wollten etwas, was ich nicht immer im Stande zu leisten war. Somit war der nette Briefkasten von früher plötzlich ein sehr anstrengender Lebenspartner, der eine Hiobsbotschaft nach der anderen für mich bereit hielt und zudem zugemüllt von Werbung war.Schön waren die Freieinweisungen von Zeitschriften, welche mich privat erreichten. Als es diese noch gab. So hatte man reichlich was zu sehen, lesen und blättern. Dann verschärfte sich die Beziehung und mutierte zu einer echten Beziehungskiste.Man respektierte sich, hatte sich aber nichts mehr zu sagen. Kein freundliches Wort, auf und zu, das war´s. Die härtesten Jahre hatten wir von 2003 bis 2007. Wenn man sich hätte scheiden lassen können, hätten wir es sicher in dieser Zeit getan. Wie lieblos schon mein Name draufgekritzelt war. Das war doch ein klares Zeichen. Auf die Farben „Gelb“ und „Grau“, dieses „Mittelgrün“ reagiere ich noch heute heftig. Das war eine dunkle und schwere Zeit für uns beide. Denn eigentlich überbrachte er nur noch schlechte Botschaften. Durch die Bank.Im Laufe der Jahre ist unser Verhältnis als neutral zu beurteilen. Wir wissen, dass wir miteinander leben müssen. So oder so. Und dass er ja im Prinzip nichts dafür kann. Er ist nun mal so, wie er ist. Briefkastentherapien verliefen wirkungslos. Das liegt an der unglaublichen Ignoranz meines Briefkasten. Und er kann nicht mal was runterschlucken oder einfach mal stecken lassen. Aber er kann nicht nur austeilen, sondern auch ganz gut einstecken. Trotzdem würde ich unser Verhältnis als vergiftet bezeichnen. Dafür ist in der Vergangenheit einfach zu viel passiert.Eine leider ähnliche Entwicklung nahm der Anrufbeantworter vor einigen Jahren. Eigentlich ist das mehr eine Vorwurfsmachine, die einem ständig klar macht, wen oder was man mal wieder nicht erreicht hat. Deshalb habe ich den Anrufbeantworter einfach kurzer Hand vor die Tür gesetzt. Das Telefon selbst entwickelt auch von Zeit zu Zeit dieses negative Potential. Diese unglaublich negative Energie, die ich echt nicht gebrauchen kann. Denn ich brauche meine Energie voll und ganz für mich. Nicht für so ein kleines Ding am Ohr. Deshalb steht das Telefon unter besonderer Beobachtung, wie mein Verhältnis zum Fernseher. Das würde ich auch mal als durchwachsen beschreiben.Zurück zum Briefkasten, dem kleinen Kerl mit der großen Klappe. Der einfach voller negativer Botschaften und unglaublich viel Werbemüll steckt. Gerne denke ich noch an die Zeit zurück, als man 3x täglich hinein schaute, weil man voller Ungeduld auf einen Brief, eine Karte eine Nachricht wartete. Und diese auf sich warten ließ. Mit wie viel Erwartungshaltung man diesen kleinen Schlüssel ins Schloss steckte, ihn behutsam umdrehte, damit man ihn bloß nicht abbricht. Und dann das Türchen ebenso liebevoll öffnete. Und? Wieder nichts. Noch immer nichts. Und dann endlich - da lag das Objekt der Ungeduld. Diese Zeiten sind so gut wie vorbei. Vereinzelt blitzt dieses Gefühl noch mal auf. Aber die Summe der Enttäuschungen ist dann doch zu groß.
Freitags haben wir immer noch ein ganz schlechtes Verhältnis, was man sich schlechter nicht vorstellen kann. Weil er sich immer noch einen Spaß daraus macht, mir das Wochenende zu versauen. Aber weil ich damit rechne und ihm selbst einfach keine böswillige Absicht mehr unterstellen will, haben wir damit leben gelernt. So kann es laufen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 06:46

Nutzenproblematik

Der Nutzen hat schon seit längerem nur noch einen rationalen Wert. Es gibt in diesem keine emotionale Komponente mehr. Somit hat sich der Nutzen vom Benutzen zum Ausnutzen gewandelt. Wenn früher mit sehr viel Sorgfalt etwas

benutzt wurde, um daraus einen möglichst langen, guten und gewinnbringenden Nutzen zu generieren, dann ist das heute anders um den Nutzen bestellt. Das Ausnutzen hat seine Stelle eingenommen. Es ist egal, ob ein Leasingfahrzeug, ein Handy, ein Computer, all you can eat, oder was auch immer. Uns wurde vorgelebt und vorgemacht, dass der behutsame Umgang von gestern sein. Es gibt alles neu, billiger, besser und im Übermaß. Somit sollen wir auf die Dinge weniger achtgeben, denn Ersatz ist schnell zur Stelle. Diese Umgangsform mit dem „Nutzen“ soll den Konsum zusätzlich anfeuern, beschleunigen, anheizen. Aus von Dauer ist vorübergehend geworden. Und alle wundern sich, dass wir den Dingen weniger bis keinen Wert mehr zuteil werden lassen. Man könnte auch sagen: Die Geister, die man rief.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 06:41

Donnerstag, 8. Oktober 2009

Begehrlichkeit vom Bäcker lernen

Ein mit Mehl geschriebenes Gesetz bei Bäckern lautet: Backe nur so viel Brot, dass Du jeden Tag zu wenig hast. Diese Verhaltensregel bringt gleich drei Vorteile mit sich: Qualität, Begehrlichkeit und Wertschöpfung.Denn wenn kein altes Brot mehr da ist, spricht das dafür, dass der Bäcker nur frische Ware hat. Wenn alles weg ist, scheint es so gut und lecker zu sein, dass es sich lohnt, hier wieder herzukommen. Und wenn der Bäcker jeden Tag wenig bis gar nichts weg werfen muss, dann ist seine Wertschöpfung aus Sicht optimaler Wareneinsatznutzung sehr hoch. Das heißt geringer Wareneinsatz, maximaler Verkaufserfolg und hohes Qualitätsbewusstsein. Was will man mehr, fragt man sich da. Und was machen all die anderen in den anderen Branchen. Die viel zu viel von allem haben. Und somit genau das Gegenteil bewirken. Ganz ehrlich? Ich weiß es nicht. Dabei wäre es doch so einfach. Ich denke, da stecken unterschiedliche Ziele hinter. Der Bäcker muss Geld verdienen, seine Kunden binden, neue gewinnen und eine hohe Begehrlichkeit erzeugen, sonst bekommt der das Geschäftliche nicht gebacken.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:09

Vorteilsproblematik

Jeder sucht verständlicherweise seinen Vorteil. Viele glauben sogar, in ihrem Bestreben der persönlichen Vorteilsnahme den richtigen Weg gefunden zu haben. Dabei übersehen aber ebenso viele, was man hätte gemeinsam schaffen können, wenn man alle Fähigkeiten und Bereitschaften sinnvoll gemeinsam eingebracht und genutzt hätte. Der Vorteil für alle wäre um vieles größer, der Vorteil für die Gemeinschaft und der Vorteil für jeden Einzelnen.
Mit dem vermeintlichen Vorteil ist das so eine Sache. Man kann nur den sehen, den man selbst erkennen kann. Fehlt einem die Vorstellungskraft, dass man zum Beispiel allein 100 Kilo heben kann, zu viert aber 400 Kilo, dann bleibt einem vieles verschlossen. Man muss lernen, Vorteile miteinander zu kombinieren, um diese dann miteinander multiplizieren zu können. Das ist eben dann nicht nur ein Vorteil, sondern von großem Vorteil.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:05

Dienstag, 6. Oktober 2009

almabtrieb koenigssee

Geschrieben von Peter von Felbert um 21:01

Ich sage es mal lieber mit den Worten des von mir hochgeschätzten Dude...

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:48

Und?

Immer häufiger stellt sich die einfache Frage: Und? Die Themenvielfalt, welche sich dieser Frage stellen muss, wird täglich größer und größer. Woran liegt das? Früher war so viel so klar. Da gab es keine Fragen. Da stellten sich keine. Und man hat keine gestellt. Aber nun plötzlich, egal worum es geht, um wen oder was, oder wie, wann und wo bis hin zu wer, weshalb, wie viel, wie schnell. Es gibt eigentlich nichts, dessen sich nicht die einfache Frage entgegen wirft: Und?"Und" bedeutet in diesem Fall so viel wie, welche Auswirkung hat das, wenn ich das mache oder lasse. "Und" relativiert sehr viel und sehr richtig. "Und" stellt die Rangreihe sprich Priorität sicher. "Und" ist das Nachdenken vor dem Ausdenken oder Handeln. "Und" ist das kleine Wörtchen, das signalisiert, was wirklich zu tun ist. Oder zu lassen. "Und" warum nicht? "Und" warum jetzt? Es hebt die Gesetzmäßigkeiten auf, die Ordnung, die Regeln. Aber nur für einen Moment, um diese auf ihre Plausibilität hin zu überprüfen. Und dann entweder zu befolgen, oder eben - na und - eben nicht.Der Mut, die Dinge zu hinterfragen. Falsche Regeln zu brechen. Richtige Prioritäten zu stellen. Alles das liegt in der Fragestellung "und"?Früher habe ich mir die bei weitem nicht so oft gestellt. Es war endlos Zeit da, endlos Manpower und endlos Energie. Warum etwas in Frage stellen, geschweige denn zu hinterfragen? Aber nun stellt sich die Situation ganz anders da. Nun scheint das Leben dazu bestimmt zielführender zu agieren. Ergebnisorientierter. Und was noch schwerer wiegt, auch gefühlsmäßig will man bei dem, was man tut oder lässt, richtig liegen. Und da hilft so ein „und?“ ungemein.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:41

Bedenkenproblematik

Es gilt, das Gute an einer Idee zu entdecken, statt das Schlechte zu suchen. Sich von den Chancen begeistern zu lassen, statt von den Risiken zu erdrücken. Sich von den Stärken verführen, statt von den Schwächen irreführen zu lassen. Sich lieber vom Mut begleiten, statt vom Wankelmut aufhalten zu lassen. Der positiven Energie nachzugehen, statt der negativen, den Einwänden zu erliegen. Es sind die Bedenken, die viel zu oft den Stecker aus guten Ideen ziehen. Unbegründet, denn nur die Ideen müssen auf den Prüfstand und sich aller Bedenken erwehren – die Bedenken selbst müssen das nicht. Diesen schenkt man viel zu einfach und viel zu schnell glauben als einer neues Idee. Dabei gibt es von neuen und guten Ideen nicht so viele. Also, bei weitem nicht so viele wie unbegründete Bedenken. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik,

Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:37

Montag, 5. Oktober 2009

Mythos Ideen

Mir wird viel zu viel Bohei um Ideen gemacht. Denn die wichtigen Ideen entspringen dem logischen Menschenverstand vor dem Hintergrund, dass ein unterschwelliges Bedürfnis zu einem offenen Bedarf wird. Und dieser wird befriedigt. Nicht mehr nicht weniger. Deshalb sind alle guten Ideen so hilfreich oder praktisch oder was auch immer.Für mich ist zum Beispiel die Waschmaschine so eine Idee - toll. Was das für eine Arbeit gemacht hat, Wäsche zu waschen. Und dann das. Rein in die Maschine, an machen, warten, saubere Wäsche raus nehmen und aufhängen. Der Staubsauger. Auch toll.Da sitzen Menschen und denken: "Mist, ist das viel Arbeit, oder aufwendig, oder kompliziert, da muss es doch eine Lösung für geben. Menschen, die sich mit dem Zustand und Umstand einfach nicht zufrieden geben. Und dann kommt die Vision: „Es müsste ein Gerät geben, dass genau das kann“. Und dann geht es los. Somit basieren sicher 20% aller Ideen auf logischem Menschenverstand. Und 80% tun das nicht. Das sind alles Ideen, die darauf beruhen, dass jemand sich selbst was davon verspricht. Und dieses Versprechen scheint so groß, dass man den relevanten Nutzen überstrahlt, übersieht, übergeht. Das sind Ideen für einen selbst nicht für einen Nutzen. Das sind Ideen, die nur für einen selbst relevant sind, weil man damit vermeintlich viel Geld verdienen will. Deshalb funktionieren diese auch nicht. Weil die eigene Relevanz nichts mit der des möglichen Kunden zu tun hat. Was man selbst will, muss nicht das sein, was der Kunde will.Blöd gelaufen. Und so entwickeln viele Unternehmen noch mehr Ideen, die keiner braucht. Und das bemerken die dann und machen andere neue Ideen, die wieder keiner braucht, und das bemerken die dann und die machen wieder andere weitere Ideen, die wieder keiner braucht und das bemerken und wiederholen die so lange bis Schluss ist. Oder unter den vielen gescheiterten Ideen sind zufällig einige dabei, die plötzlich beim Kunden relevant sind.
Am Ende lässt sich resümieren, dass es eine sehr kleine Anzahl von funktionierenden Ideen gibt, welche die große Summe der zum Scheitern verurteilten mittragen müssen. Aber beschäftigt sind alle, bzw. viele. Das ist doch auch was. Was, weiß ich nicht genau. Aber wie sagt man so schön: Das ist so. Da kann man nix machen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 06:53

Befürchtungsproblematik

Alles ist in Maßen leichter gesagt als getan. Denn was ist das Maß? Das sieht jeder anders. Somit steht immer die Befürchtung im Raum, etwas könnte falsch sein. Man schießt entweder über das Maß hinaus oder bleibt unter allen Erwartungen. Wenn das Maß nicht klar ist, schafft man großen Raum für die Befürchtungen, die Mutmaßungen und die Bedenken. Die meisten neigen in solchen Situationen eher dazu, den Befürchtungen freien Lauf zu lassen, als der ebenso möglichen Chance. Die Befürchtung hat eine ruhmlose aber anhaltende und weit verbreitete Kultur bei uns. Sie wird geradezu gepflegt. Die Flöhe husten hören, ist weit verbreitet. Somit äußern die meisten lieber ihre Befürchtungen als alles andere. Es hat sich so eingebürgert. Man ist angesehener, wenn man Befürchtungen äußert. Die Aufmerksamkeit ist größer, wenn man Ängste schürt. Alles andere erscheint in einem solchen Licht weniger durchdacht und bedacht, bis hin zu leichtsinnig und naiv. Obwohl dem nicht so sein muss. Aber in einer solchen Kultur will man die Dinge so verstehen. Da kann man nichts machen, außer sich solchen Situationen zu entziehen und in Systeme zu wechseln, in denen Befürchtungen nur dieselben Rechte und derselbe Raum gestattet wird wie allen positiven Aspekten. Nicht mehr und nicht weniger.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 06:40

Freitag, 2. Oktober 2009

Flashmob - Jede Menge Engagement

Auf neuen Wegen zu alten Zielen. Siehe das Prinzip Flashmob. Die öffentliche Meinung und Ordnung ist in festen Händen. Ganz in festen Händen? Da haben Medien und Politik wirklich alles getan, um die Kontrolle über das, was geschieht, geschehen soll oder eben nicht zu erlangen und dann das. Diese Menschen. Diese Individuen. Wie Wasser finden sie immer einen, ihren Weg. Und immer ist es ein neuer, den die Trägheit des System zum Glück nicht vorhersehen konnte. Der Flashmob zeigt, was neue Medien im Stande zu leisten sind. Und sicher werden gerade schon von der Regierung Verbotsschilder geplant, um dem Unwesen ein Ende zu bereiten. So werden vor allen öffentlichen Gebäuden schon bald Flashmob-Verbotsschilder stehen. Da kann man schon gespannt sein, wie diese wohl aussehen. Zudem müssen schnell Gesetze und Strafen her, um den Flashmob angemessen zu bestrafen. Man kann gespannt sein, was eine Flashmob-Beteiligung an rechtlichen Konsequenzen wohl nach sich ziehen wird im Verhältnis dazu, wenn man die Weltwirtschaft in die Krise zerrt oder über 1 Mio. EUR Steuern in Nachbarländern hinterzieht. Ich finde den Flashmob wunderbar, denn Demonstrationen haben ihre Wirkung längst verloren. Streiks ergeht es ebenso. Und Lichterketten leuchten auch mehr nach innen, als dass sie nach außen Veränderungen mit sich bringen würden. Der Flashmob ist eine Methode, deren Zeit gekommen scheint. Sie ist unkontrollierbar. Sogar das Schreiben darüber macht einem ein wenig Bange. Denn was wir nicht kontrollieren können, macht uns Angst. Meine Hoffnung keimt darin, dass die Kreativität weiter geht, als das Unterhaltsame und Zerstörerische. Und auch bitte als das Werbliche. Der Flashmob könnte unglaubliches Bewirken, weil er die Aufmerksamkeit hat. Wenn diese nicht von Eitelkeit und Geltungsdrang missbraucht wird, sondern von Aussagekraft, ja dann, dann freue ich mich darauf.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:24

Bewahrungsproblematik

Wem ist es zu verdenken, dass er sich dazu hinreißen lässt, Dinge zu bewahren. Dem ist grundsätzlich auch nichts vorzuwerfen. Ja außer, außer es sind Dinge, die man nicht bewahren, soll, kann oder muss. Es ist die Frage, was man bewahren will und vor allem mit welchen Mitteln man bewahrt. Die Natur bewahrt auch, indem sie sich ständig trennt. Das Bewahren in der Natur besteht aus Zyklen der Veränderung. Somit ist das eigentliche Bewahren etwas wesentlich größeres, als der Mensch im Stande ist zu überblicken. Nehmen wir nur die vier Jahreszeiten. Erst diese lassen Natur bewahren. Der Mensch bekommt schon beim ersten Schnee Panik, dass er sich nun endgültig vom Sommer verabschieden muss. Dass Zyklen wie Naturgesetze erst das eigentliche Bewahren möglich machen, verdrängt der Mensch. Er will den ewigen Sommer, das ewige Hoch, das ewige Wachstum und denkt, er könnte so bewahren. Es wird ihm nicht gelingen, denn ein solches Unterfangen ist unnatürlich. Dafür müsste der Mensch schon größer denken und handeln können.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:20

Donnerstag, 1. Oktober 2009

Businesspages statt Webpages

Die Zeiten werden härter. Die Budgets sitzen nicht mehr locker, ganz im Gegenteil. Trotzdem unternehmen Unternehmen alles, um möglichst erfolgreich zu sein. Wer wird es einem Unternehmen in Zeiten wie diesen übelnehmen, wenn es alles sturmsicher macht. Der Handlungsspielraum ist eingeschränkt. Die Mittel sind gering. Was tun? Gerade die klassischen Medien haben spürbar an Wirkung verloren. Somit müsste man den Werbedruck erhöhen, was in diesen Zeiten keiner freiwillig macht. Ganz im Gegenteil, immer mehr steigen aus den klassischen Medien aus und reduzieren das Engagement auf ein Minimum. Deshalb scheint das Internet eine mögliche wirkungsvolle und funktionierende Lösung. Die Kosten sind bei weitem nicht so hoch, wie auf den klassischen Wegen. Die Geschwindigkeit des Internets ist viel schneller und die Angebotsformen können völlig neue sein, wie auch die Vertriebswege. Das Internet, das bis jetzt mehr ein Selbstdarstellungsnetz war, dann ein Sozialnetz, wird nun zu einem Businessnetz. Nicht nur für Amazon und Google, sondern theoretisch für jeden. Die Lösung heißt Businesspages, die mit Online-Redaktionssystemen betrieben werden. Hier kann Geschäft generiert werden, an das man vorher unmöglich rankam, vor allem lokales Geschäft und Spezielles. Das Internet ist primär ein quantitatives Medium. Das Qualifizieren überlässt das Internet den Angebotsformen selbst, die davon aber keinen Gebrauch machen. Somit ist Google darauf angewiesen, der Wahrscheinlichkeit den Vorzug zu lassen. Also, die Seiten in den Suchergebnissen nach vorne zu spülen, die mit der größten Wahrscheinlichkeit bei einer Suchanfrage von Interesse sein könnten. Wissen kann Google das nicht.Diese Wahrscheinlichkeit versuchen viele mit allen möglichen Tricks zu umgehen. Zusammengefasst kann man das als Suchmaschinenoptimierung [SEO] beschreiben, alles Anwendungen ohne Nachhaltigkeit. Sollen sie auch nicht, damit man diese Anwendungen immer und immer wieder verkaufen kann. Der andere gängige Weg ist über Google AdWords. Man kauft sich die relevanten Suchbegriffe und wird so über die Links auf der rechten Seite der Suchergebnisse eventuell gefunden. Mit dieser Art, Kunden für sich zu gewinnen, hat man einen kostspieligen Weg eingeschlagen. Die attraktiven Suchbegriffe werden ständig teurer und der daraus realisierte Umsatz geringer. Eine nicht so wirtschaftliche Entwicklung für die Käufer von AdWords, aber Goggle wird es freuen. Das Qualifizieren von Angeboten ist dem Internet auf Basis von Inhalten nicht möglich. Bis jetzt. Schade. Nicht die guten und relevanten Angebote werden mir angeboten, sondern die wahrscheinlichen. Somit steht die Tür offen für eine qualifizierte Suchmaschine. Aber alle Ansätze und alle Bemühungen, eine solche auf den Weg zu schicken, versanden. Die Investitionen sind zu hoch. Na dann.Na dann sollte jeder seine Seite selbst qualifizieren. Mit einer Businesspage, die relevante Angebote generiert und einem Online-Redaktionssystem, das Seiten qualifiziert und diese damit ganz vorne bei den Suchergebnissen platziert. Aus gutem Grund, denn man leistet ja auch etwas zur Qualifizierung. Im Gegensatz zu allen anderen, die nur eine dahinvegetierende Webseite, sprich Homepage, haben.
Wer mehr im Internet macht, wer sein Angebot besser qualifiziert, der kann gegen Aufträge aus dem Internet nichts machen. Und wie gesagt, die Kosten dafür sind im Verhältnis zu allem anderen, was man so kennt, gering. Wer sich ein Bild davon machen will, der kann sich das auf www.notework.net ansehen. Wir haben mit dem Beginn der Krise den Braten gerochen, dass schon bald das klassische Agentur-Geschäft wegbrechen wird und dass das Wenige, was übrig bleibt, gerade von der Kostenseite hart umkämpft sein wird. Also bleibt ein zunehmend unattraktiverer Markt übrig. Deshalb haben wir über Lösungen nachgedacht, die den Unternehmen das Handeln in einer solchen Situation überhaupt ermöglichen. Wir wissen, wir haben die Lösung. Jetzt müssen wir nur die Geduld mitbringen, bis das Wissen bei allen angekommen ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 09:14

Duldungsproblematik

Es beginnt irgendwann. In Zeiten, in denen genug für alle da zu sein scheint oder in denen die Angst das herrschende System ist. Man duldet etwas, was man in anderen Zeiten so nicht hinnehmen würde. Der Anfang dieser Spirale ist gemacht. Diese dreht sich nun weiter und weiter, schneller und schneller. Denn was von der einen Seite nur als Duldung verstanden wird, wird von der anderen Seite als Legitimation verstanden, weitermachen und weitergehen zu dürfen. So nehmen die Unverschämtheiten weiter zu. Und nicht nur die Menge, sondern auch das Ausmaß. Mit Blick auf unsere Gesellschaft fallen jedem sofort diese „Duldungsumstände“ auf, vor allem, wenn es uns betrifft. Aber man hat eben nichts dagegen getan. Somit fallen die Nutznießer aus allen Wolken, wenn man ihnen das zum Vorwurf macht. Nichts hat für sie darauf hingewiesen, etwas zu machen, was nicht legitimiert, sondern nur widerwillig geduldet wurde. Somit waschen sie alle ihre Hände in Unschuld, begleitet vom stärksten Argument aller Zeiten: Das haben doch alle so gemacht. Was hätte ich denn tun können. Es ist eine Schwäche unserer Gesellschaft, des Charakters unserer Gesellschaft, dass wir zu viel, zu lange dulden, anstatt etwas, das einem nicht in den Sinn kommt, kategorisch abzulehnen. Ein solches Verhalten würde keine Spirale ermöglichen. Ganz im Gegenteil. Es wären Nägel, die man

einfach rein- oder umhaut. Aber das müssen wir alle erst mal kollektiv lernen. Denn etwas nicht zu dulden, hat einem aus guten Gründen keiner so richtig beigebracht. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:00

Mittwoch, 30. September 2009

Dann mache ich es eben selbst

Früher. Da saßen in Agenturen alle Möglichen Menschen. Die alles mögliche konnten. Für alles gab es eine entsprechende Besetzung. Und die Grenzen waren deutlich gezogen. Da ha kein Berater mal geskribbelt, geschweige getextet. Im Laufe der Zeit hat sich das verändert.Wenn man Heute nach einer solchen speziellen Person in einer Agentur Ausschau hält, dann ist da niemand, oder immer dieselben. Es sind weniger geworden, die mehr leisten können müssen. Was natürlich nicht immer der Fall sein kann. Ich für meinen Teil habe vor Jahren damit angefangen nicht mehr um Hilfe zu rufen. Geschweige bringe ich die Geduld auf bis mal was da ist. So habe ich angefangen vieles selbst zu machen. Nicht weil ich wollte, sondern weil ich musste. Konzept, Strategie und Texten konnte ich ja schon. Das mit dem gestalten hatte ich noch nicht so drauf. Mit dem Internet packte ich die Chance und fing selbst an zu gestalten. Denn vor mir tat sich eine Lücke auf. Die klassischen Gestalter konnten nicht für das Internet gestalten. Die Entwürfe waren oft unbrauchbar. Und die Programmierer konnten nicht gestalten weil sie keine Ahnung hatten von Gestaltung. Und die neue Generation der Gestalter die Programmieren können gab und gibt es noch nicht. Somit war das meine Chance.Und ich konzipierte, gestaltet und texte ganze Internetseiten selbst. Und es machte auch noch Spaß. Eine Hürde galt es zu nehmen - das Programmieren. Denn beim Gestalten hatte ich 20 Jahre so gute Lehrer, dass mir bei den eingeschränkten Möglichkeiten im Internet nicht Bange wurde. Aber das mit dem Programmieren war eine ganz schöne Überwindung. Aber wenn es mal läuft, dann ist man nicht mehr zu stoppen.Ein Welt voller Fremdwörter ist mir Heute weites gehend vertraut. Und ich schwimme bei der Welle der Entwicklung vorne mit. Schon witzig wenn man früher alles Fragen musste um Kreativ sein zu können. Heute brauche ich in diesem Bereich niemanden mehr zu Fragen. So schön das ist, so erschreckend ist das. Denn die vielen unterschiedlichen Menschen, die Gespräche die Lebensläufe fehlen einem schon. Der Job wird Einsammer. Vor allem wenn man ihn erfolgreich machen will. So ändern sich die Zeiten. Die meiste Zeit sitze ich alleine am Rechner. Weil ein Großteil ohnehin nicht versteht was ich machen. Die Freuen sich nur über das Online Ergebnis. Und alle anderen die sehe ich selten persönlich. Obwohl wir über Skype und Mail und Telefon ständig miteinander in Verbindung sind. Aber das ist was anderes. Was ganz anderes als früher. Man ist isoliert und auf sich gestellt. Deshalb leisten wir es uns in regelmäßigen Abständen das wir uns sehen. Und dann sitzen wir alle genau so Geräuschlos vor unseren Rechner zusammen in meinen Büros. Seltsam an diesen Tagen, dass es kaum mails gibt und Skype so gut wie Tod und man kaum miteinander spricht. Es ist ungewohnt. Ganz anders ist es dann Abends, wenn wir die Tastatur mal bei Seite schieben und die Maus rechts liegen lassen. Dann sitzen da wieder Menschen zusammen. Und man bemerkt wie abgeschottet man über den Tag ist. Ich für meinen Teil kann kreativ weit aus schöpferischer sein als früher, dass Internet sei Dank. Aber die Einsamkeit des Programmierens und des Templates bauen, dass gefummel im CSS und HTML, dass Plugins einbauen und verschieben, dass verknüpfen und verbinden, das Farben und Schriften aussuchen und einstellen...alles das würde zusammen mehr Spaß machen. Aber das geht leider nicht. So hat alles Gute immer etwas im Gepäck mit dem man nicht Gerechnet hat. Aber eins ist jetzt schon klar, es kommen auch wieder andere Zeiten. Nur was da kommt, dass weiß keiner. Zum Glück.

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 08:38

Lernproblematik

Die meisten Menschen unterliegen dem kapitalen Irrglauben, sie hätten ausgelernt oder alles gelernt, was sie benötigen. Dem ist bei weitem nicht so, lernen verhält sich wie das Atmen. Erst wenn wir nicht mehr atmen, nie mehr atmen, genau dann hören wir auch auf zu lernen. Es unterscheidet uns von den Primaten, dass wir bis zum letzten Atemzug lernen können. Aber es stellt uns gleich mit den Primaten, dass wir mit einer leeren Festplatte kommen und die volle Festplatte nicht mitnehmen können. Aber es macht uns wieder zum Primaten, wenn wir nicht erkennen, wie wichtig lernen ist. Lernen ist für viele zu einer Belastung geworden, der sie nicht mehr standhalten wollen oder der sie irgendwann nicht mehr begegnen wollen. Denn das „Lernen“ in Schulen und Universitäten hat nichts mit dem eigentlichen Lernen zu tun, das ich meine. Es stellt das Gegenteil dar. Denn das, was man da lernt, kann man zu Lebzeiten fast alles nicht gebrauchen und es nimmt einem die wichtige Lust am Lernen. Die Lust am Lernen, die Neugierde am Interesse wäre das, was alle und alles weiter und weiter bringen würde. Aber ein großer Systemfehler stellt sich dem in den Weg. Er verleidet Menschen die so wichtige Lust am Lernen. Somit glauben diese wirklich, wenn sie aus der Schule sind, den Führerschein haben und die Ausbildung hinter sich – das war es. Das muss reichen bis zum Ende. Mit dieser Einstellung zum Lernen lässt sich zwar viel erklären, aber um so weniger entschuldigen. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik,

Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, Lernproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:20

Dienstag, 29. September 2009

Blickrichtung

Die Blickrichtung im Leben ist von großer Bedeutung. Beim Motorrad fahren ist es so, dass man dort, wo man hinschaut, auch hinfährt. Auch im ungünstigen Fall, wenn man gerade da nicht hinfahren will. Wie man im Bild gut erkennen kann. Wer auf die Steine schaut, fährt rein in die Steine und hoffentlich daüber. Wer aber auf die Lücke schaut, der fährt genau da hindurch. Unbeschadet.Ebenso verhält es sich im Leben. Man ist nicht ignorant oder verdrängt. Nein, man erkennt das Problem nur umso genauer, so dass man weiß, wenn man seine Aufmerksamkeit jetzt nur auf das Problem konzentrieren würde, dann wäre die Wahrscheinlichkeit absolut hoch, dass es genau so eintrifft. Somit ist es im Leben sehr schlau, wenn man die Gefahr, das Problem, die Herausforderung erkennt, aber genau ab dem Moment die Lösung, den Weg, das Ziel anstrebt. Denn somit steigt die Wahrscheinlichkeit um ein Vielfaches, dass genau das eintrifft, was man eigentlich wollte. Und nicht das, was man eigentlich hätte vermeiden und verhindern sollen. In unserer Gesellschaft fahren zu wenig Menschen Motorrad, dass sie um diesen Umstand wissen. Deshalb kann man an allen Ecken und Enden gut beobachten, wie viele in das Schlamassel schnurstracks geradeaus hinein rasen. Obwohl man das Gegenteil wollte. Somit muss man lernen, nicht das Problem anzuvisieren, sondern die Lösung. Der Motorradfahrer lernt das nicht, weil es schlau oder geschickt ist, sondern weil er eine schmerzliche Erfahrung gemacht hat. Mir begegnet dieses Phänomen ständig. Ich sehe, erkenne oder mir wird ein Problem geschildert. Und ich lenke meinen Blick, meine Gedanken, sobald ich das Problem erfasst habe, sofort auf die Lösung. Die meisten Menschen kommen mit der sofortigen Änderung der Blickrichtung nicht klar. Sie widmen dem Problem intensiver und noch mehr ihre ganze Aufmerksamkeit. Das kann zu Missverständnissen führen. Denn einige denken, ich würde das Problem nicht erkennen. Oder nicht wichtig genug nehmen. Dabei ist dem nicht so. Ich investiere nur alles in die Lösung, nicht noch mehr in das Problem. Denn meine Erfahrung sagt mir, man kommt besser daran vorbei oder drumherum, wenn man das auf meine Weise macht.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 11:57

Kontrollproblematik

Einfach ausgedrückt will der Großteil alles unter Kontrolle haben. Was aber bei weitem mehr einem Gefühl entspricht, als der Tatsache der wirklichen Kontrolle an sich. Weil aber Kontrolle in dem Maße und zu allen Punkten nur sehr wenig oder gar nicht möglich ist, leiden viele Menschen darunter. Die Angst, Dinge nicht kontrollieren zu können, gerät außer Kontrolle und führt zu unschönen Veränderungen der Persönlichkeit. Zu Ängsten, welche die Kontrollsucht verstärken und zu weiteren unangenehmen Verhaltensweisen und Nebenwirkungen führen. Und dann gibt es Menschen, nicht so viele, für die ist Kontrolle im Übermaß nichts erstrebenswertes. Das Gegenteil ist der Fall, sie bringen sich ständig gerne in Situationen und Umfelder, die offensichtlich außer Kontrolle oder ohne große Chancen auf Kontrolle sind. Somit ist das Bestreben nach Kontrolle eines, das sinnlos ist und zu Ergebnissen führen, die nicht erstrebenswert sind. Es gibt sogar schon Berufe, die sich mit nichts anderem beschäftigen als mit Kontrolle, die man nie in dem Maße erlangen kann und wird, wie man es sich vorstellt und wünscht. Somit stellt übertriebene, falsch verstandene und krankhafte Kontrolle ein großes Hindernis für das dar, was Menschen eigentlich wollen. Es steht dem diametral gegenüber. Es ist wie Platzangst im Fahrstuhl, es ist die Reaktion auf eine Angst, die unbegründet ist. Der Aufwand, diese zu bekämpfen, ist immer unverhältnismäßig, egal, wie viel technische Leistung im Fahrstuhl steckt. Wie viel Statistik die Gefahr schrumpfen lässt. Wie viel Beteuerungen die Angst mindern wollen. Wie viele Hinweisschilder die Angst nehmen wollen. Es wird in der Sache nicht nur nicht dienlich sein, sondern die Angst vergrößern. Denn warum reden alle darüber, dass eine Gefahr keine ist, wenn sie keine ist? Das ist das Dilemma mit der Kontrolle. Man erreicht sie nie, deshalb wird sie endlos verstärkt. Und das nimmt dem natürlichen Antreiben die Kraft und die Wirkung.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik,

Erneuereungsproblematik,Kontrollproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:50

Montag, 28. September 2009

Ich kann zynische Menschen nicht ausstehen

Menschen, die zynisch sind, haben aufgegeben. Die sind nicht mehr bereit, sich mit ihrer eigenen Wirklichkeit auseinanderzusetzen. Weil diese ihnen gegen den Strich geht und weil sie glauben, diese nicht ändern zu können. Und wenn man 1.000 x und mehr gegen die Pumpe gelaufen ist, dann passiert es oft, dass die Menschen zynisch werden. Dann machen sie sich nur noch lustig über die eigene Wirklichkeit, aber bemerken dabei nicht, dass sie mit ihrem Zynismus andere Menschen ständig bloßstellen, beleidigen und demütigen. Nur, weil die nicht 1.000 x gegen dieselbe Pumpe gerannt sind. Schalke-Fans, die über 50 Jahre nicht Meister werden konnten, sollten und durften sind, wenn es um das Thema Meisterschaft geht, durchweg zynisch. Der Ruhrpott ohnehin neigt zum Zynismus. Job? Job? Wat is dat dann, muss man da etwas arbeiten? In der Werbung gibt es viele Zyniker. Die Häufung nimmt signifikant zu, wenn die Altersgrenze von 45 Jahren überschritten ist. Dann bekommt man nur noch zynische Bemerkungen zu hören, die Distanz schaffen sollen, aber eigentlich nur belegen, dass derjenige nicht mehr an das glaubt, was er macht und innerlich aufgegeben hat. Wie der Schalke-Fan. Zynismus findet immer dann statt, wenn man die Wirklichkeit selbst nicht mehr ertragen kann. Und weil man selbst unfähig ist, sich dieser Situation zu entziehen oder die Wirklichkeit einfach so zu verändern, wie es sein sollte, deshalb gehen diese Zyniker allen auf den Geist. Gehörig. Wenn mich einer fragen würde, ob ich zynisch bin, dann würde ich ganz klar antworten: Und wie! Denn nichts lässt einen die Wirklichkeit erträglicher werden und schöner ertragen als mit Zynismus. Zynismus ist die letzte Selbstbeherrschung, bevor man sich zu Gewaltanwendung hinreißen lassen würde. Man schlägt lieber mit Formulierungen als mit Fäusten. Der Gegenüber ist zwar oftmals platt, aber die eigene Nase nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:33

Erneuerungsproblematik

Immer wieder neu. Es ist ein Privileg der Erfolgs, dass Menschen plötzlich glauben, sie hätten etwas erreicht, geschweige denn verdient. Es gibt Berufsbildern, da wird einem das Gegenteil ständig vor Augen geführt, zum Beispiel bei einem Koch. Da ist jedes Essen, das ganze, immer wieder neu. Es bringt nichts, aber auch gar nichts, wenn man 100.000 Essen perfekt hinbekommen hat und dann geht ein kaltes Stück Fleisch an einen Kunden. Dem hilft das nicht, dass 100.000 x alles super gelaufen ist, wenn sein Essen leider kalt serviert wird. Diese Gesetzmäßigkeit haben viele aus den Augen verloren. Sie glauben, sich auf etwas berufen und ausruhen zu können. Dem ist aber nicht so. Es gilt immer und für alles, jedes Ereignis als Einzelnes selektiv wahrnehmen zu können und immer „Neu“ zu machen. Erst die ständige Erneuerung und das Bewusstsein darüber, dass dem so ist, öffnet die Chance in etwas wirklich gut zu werden und zu bleiben. Aber leider ist dem bei vielen nicht so, die Lust an der ständigen Erneuerung wohnt nur wenigen inne. Deshalb ist der Markenfriedhof so groß und so voll. Da ruhen in Unfrieden Marken, die Erneuerung für sich als nicht notwendig angesehen haben.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuereungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:30

Freitag, 25. September 2009

Die Krise kommt erst noch

Mich fragt ja keiner. Aber meiner Meinung nach kommt die Krise erst noch, und zwar überraschender Weise erst nach der Wahl beginnend. Die Politik hat alles getan, die eigentlichen Auswirkungen auf den Zeitpunkt nach der Wahl zu verlegen, um stabile demokratische Verhältnisse zu haben, wenn es ans Eingemachte geht. Man stelle sich mal vor, wir hätten jetzt schon 5 Millionen Arbeitslose und zusätzlich tausende von Insolvenzen. Da würden sich viele dazu hinreißen lassen, die politischen Ränder zu wählen. Wir Deutschen neigen leider dazu.Somit ist das schon in Ordnung, dass man alles getan hat, um die eigentlichen Auswirkungen und das Ausmaß der Krise zu verschieben. Denn die Krise hatte ja noch gar keine Gelegenheit, sich von ihrer wirklich üblen Seite zu zeigen. Das hat sie ab nächsten Sonntag dann drei Jahre lang. Bis dahin müssen die Politik und die Wirtschaft wieder die Kurve bekommen haben, um bei der nächsten Wahl wieder für geordnete demokratische Verhältnisse zu sorgen.Somit wird es zudem leider, oder zum Glück, wieder eine große Koalition. Denn bei der größten Wirtschaftskrise seit 1928 scheint es nur logisch und angebracht, dass man durch diese besser gemeinsam geht. Somit kann keiner schuld daran sein und der Weg aus der Krise wird von allen gestaltet. Wenn die beiden das nicht schaffen, wer dann. Immerhin bringen CDU/CSU und SPD zusammen die meisten Wähler zustande. Der größte gemeinsame Nenner. Nächstes Jahr wird es erstmal der Autoindustrie böse an den Kragen gehen, was einen unglaublichen Rattenschwanz nach sich zieht, bis hin zu den Medien, Zulieferern und vielen mehr. Ich finde nicht, dass Politik die Aufgabe hat, die Wahrheit zu sagen. Denn diese könnte Reaktionen auslösen, die sicher keiner will. Politik muss zum einen weit vorausdenken und das daraus resultierende Handeln im Jetzt plausibel verkaufen. Und wenn das nicht gelingt, das Ding trotzdem durchführen. Politik muss nicht gefallen oder sympathisch sein, Politik muss richtig sein und gerecht. Eigentlich muss man sich bei der Bewertung aller politischen Systeme, Meinungen, Richtungen und Einstellungen nur eine Frage selbst ehrlich beantworten: Ist das gerecht? Denn wir haben ein großes Bedürfnis, gerecht behandelt zu werden, gerecht zu handeln. Ungerechtigkeit können viele nicht ertragen. Für die Gerechtigkeit ist man bereit, zu verzichten oder etwas zu leisten. Natürlich gilt das nicht für alle Menschen, wie wir täglich sehen und miterleben können. Offensichtlich ist das Bewusstsein für „Gerechtigkeit“ schwer in Schieflage geraten. Das Bemühen um Gerechtigkeit muss das politische Bestreben steuern und beeinflussen. Und wenn es offensichtlich wirklich an etwas fehlt, dann ist es genau diese Art der Gerechtigkeit und das aufrichtige Bemühen darum. Und daran beteiligen sich auch die Parteien. Darum die Sehnsucht nach gerechter Politik und nicht nach ausgleichender Ungerechtigkeit bestrebte Parteien.Ich zum Beispiel habe kein Problem mit Bankern oder Managern. Da, wo Leistung gerecht verteilt wird und die Leistung eines Einzelnen so groß ist, dass dadurch das gute Ergebnis überhaupt erst zustande gekommen ist, da hat er das Recht auf ein großes Stück vom Kuchen. Aber da, wo diese Art der Gerechtigkeit keine Rolle spielt und der Kuchen vor den Augen der Öffentlichkeit immer und immer wieder ungerecht verteilt wird, da entsteht Zündstoff und Sprengkraft. Wie ich denke – mit Recht.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 11:27

Energieproblematik

Wir haben Energie nur als etwas gesehen, was aus Steckdosen kommt, was unsere Heizungen erwärmt. Das Wasser erhitzt und Autos fahren lässt. Somit kennen wir nur 50% der Bandbreite, was Energie zu leisten im Stande ist. Wir kennen im Prinzip nur die Kräfte-Variante. Das ist wie in unserem Körper. Wir würden nur die Muskeln kennen, die Energie benötigen, einsetzen und verbrauchen. Jede andere Form von Energie wäre uns unbekannt. Und genau so verhält es sich in allen Bereichen unserer Gesellschaft, die andere Hälfte der Energie ist vielen unbekannt. Es die Energie, die Menschen motiviert sein lässt, ohne dass man diese motivieren müsste. Es ist die Energie, die immer weiter will, immer weiter vordringen will. Es die Energie, die Neugierde bis zum letzten Atemzug antreibt, die Interessen Flügel verleiht. Die Energie, die unsere Willenskraft maßgeblich unter Strom setzt. Dieser Energie muss man Raum geben und Wege bereiten, und vor allem Zeit. Denn wir gehen mit Energie in Bezug auf uns ebenso schlecht um wie mit der herkömmlichen Energie. Wir vergeuden viel davon und nutzen im Verhältnis nur sehr wenig. Energie ist auch bei Menschen nicht endlos. Wenn dieser nur Hindernisse in den Weg gelegt werden, sucht sich Energie dann andere Felder oder verkümmert. Dabei ist es gerade diese Energie, die von unschätzbaren Nutzen und Wert für alle sein könnte.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik,

Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:22

Donnerstag, 24. September 2009

Mein zwei schönsten Wahlerlebnisse

Wenn ich ehrlich bin, und das versuche ich immer zu sein, dann muss ich zugeben, dass ich unglaublich parteiverdrossen bin, aber nicht politikverdrossen. Somit quält mich der Gedanke, einer oder zwei Parteien meine Stimme geben zu müssen, weil ich viel lieber Politik wählen würde, statt Parteien. Aber mit Politik hat das nichts zu tun. Deshalb möchte ich von zwei echten Highlights erzählen, damit wenigstens die gute Stimmung nicht zu kurz kommt. Mein Sohn, 6 Jahre alt, fragte mich auf dem Weg durch die Stadt, als er einen Stand der CSU am Straßenrand mit Bildern von Frau Merkel und bunten Luftballons sah: Hat Frau Merkel heute Geburtstag? Das zweite Ereignis ereignete sich zu Hause. Auf dem Titel der Zeit waren Frau Merkel und Herr Steinmeier zu sehen. Als ich ihn fragte, ob er weiß, wer das ist, antwortete er: Frau und Herr Merkel. Wunderbar – oder?Mehr habe ich zu der Wahl wirklich nicht zu sagen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 09:23

Prinzipienproblematik

Das haben wir schon immer so gemacht. Das haben wir noch nie so gemacht. Zwei Sätze, die ganze Weltwirtschaften in Gefahr bringen können. Prinzipien sind wichtig, aber unterliegen auch dem Prinzip der kontinuierlichen Justierung. Alles verändert sich, somit auch Prinzipien. Sicher nicht in dem Maße wie technologische Entwicklungen, aber bekanntermaßen machen gerade Kleinigkeiten oftmals den großen Unterschied. Prinzipien sind in unserer Gesellschaft stark gebunden an das, was hinter uns liegt. Weniger richten sich Prinzipien daran aus, was mal sein wird. In vielen Bereichen haben und werden sich ein Großteil der Prinzipien nicht ändern. Das hindert aber nicht daran, im Detail Prinzipien zu optimieren. Hier stößt man meist auf geringe Gegenliebe. Denn die Veränderungen machen den meisten Menschen gerade in den Prinzipien viel Angst, weil man bereit sein muss, Gewohntes, Verinnerlichtes, Gelerntes zu verändern. Dazu sind nur sehr wenige gerne und freiwillig im Stande. Den Rest muss man dazu zwingen oder zumindest keine Wahl lassen. Wer bei Prinzipien auf Mitbestimmung Wert legt, der wird nichts verändern können. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:14

Mittwoch, 23. September 2009

Die Glücksfänger

Man muss schon reisen, um Neues zu entdecken und zu beobachten. So nun geschehen im Urlaub. Im Vorfeld habe ich darüber nachgedacht, welche Fotokamera ich mit in den Urlaub nehme. Ich habe mich für eine kleine handliche Nikon entschieden. Eine, die überall reinpasst und die man überall mitnehmen kann. Fotos im Urlaub machen ist etwas Besonderes. Das fiel mir auf, weil ich es beobachten konnte. Zusammengefasst bedeutet das: Glückliche Menschen lachend vor der Kamera. Variationen: Am Strand, im Meer, im Restaurant, an der Bar, vor der Sehenswürdigkeit, aber immer glückliche lachende, oft sich umarmende Menschen. Bei diesem Anblick schoss mir der Gedanke durch den Kopf, dass alle Beteiligten versuchen, das Glück einzufangen, um es dann wann und wo man will wieder rauszuholen. Man will sich nachher zeigen, wie toll der Urlaub war und allen anderen, die es sehen wollen oder auch nicht ebenfalls. Man soll das Glück und die Zufriedenheit förmlich spüren. Somit gleichen sich zu 80% alle Urlaubsfotos, wie die vom Eiffelturm oder vom Big Ben. Was soll auch anders aussehen? Die Hintergründe sind austauschbar. Warum wollen Menschen auf diese Weise so sehr das Glück einfangen? Natürlich weil sie im Urlaub sind und im Urlaub ist die Erholung, die Zufriedenheit und das damit vollkommende Glück Grundvorraussetzung. Das muss man nicht nur erleben, sondern einfangen und allen zeigen. Und hin und wieder sich selbst – schau, so glücklich waren wir da. Ich glaube, für den Moment des Fotos gelingt es, das Glück einzufangen. Wie ein Schmetterling, der sich auf die Hand setzt – für einen Moment. Aber dann fliegt das Glück weiter, es verfliegt wie ein Duft. Und deshalb muss man so viele Fotos machen, mit so viel Lächeln, so viel Umarmungen, so viel Glück. Damit sich der Schmetterling immer wieder niedersetzt, um dann wieder weiterzufliegen.Die Menschen haben eine unglaubliche Sehnsucht, anderen Menschen zu zeigen, wie glücklich sie waren. Wie wundervoll etwas war. Und dafür ist ein Foto sehr gut geeignet. Zwar kann man nachher von der Stimmung, der Sonne, dem Meer, den Gerüchen und Geräuschen und den vielen Eindrücken nichts transportieren, aber immerhin ein Bild. Ein Bild vom Glück. Oder sagen wir es so, ein Bild von so etwas wie Glück. Fotos machen im Urlaub ist etwas sehr bestimmtes. Die einen bekommen den gesamten Urlaub nur als Motiv und durch das Objektiv mit. Andere wiederum haben immer, wenn sie gerne ein Bild machen wollten, dann gerade den Fotoapparat nicht zur Hand. Die Extreme gehen weit auseinander. Und nun kommt auch noch das Filmen dazu. Mir ist das alles zu viel. Ich habe keine Lust, so viele Bilder von etwas zu machen, sondern ich lebe lieber jeden Moment so intensiv, wie es mir möglich ist. Weil es dann immer für lange Zeit auch wieder vorbei ist. Alles, außer genießen, ist mir im Urlaub zu viel und nicht angemessen und angepasst. Aber jeder lebt das Leben nun mal auf seine Weise. Auch ich habe versucht, das Glück einzufangen in Form von vielen Bildern im Kopf. Auch Filme spielen sich da ab. Aber in meinem Kopf fühlt es sich fast so an, wie es in Wirklichkeit war. Manchmal sogar noch schöner. Und das, was ich am schönsten finde im Urlaub, sind oft gar keine Bilder sondern Gefühle. Weil man davon keine Fotos machen kann, lasse ich es wohl. Schon komisch, denn sonst fotografiere ich wirklich gerne gegenständlich, aber im Urlaub habe ich keine Lust. Das hat mir sicher 4.000 Fotos erspart und drei Stunden Film. Das ist kostbare Zeit – Urlaubszeit. Also, für mich.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 09:40

Wohlstandsproblematik

Das Ziel ist das Ziel, und das Ziel hieß mal „Wohlstand“ für alle. Im Laufe der Zeit muss man nur die Fähigkeit und Bereitschaft aufbringen, Ziele daraufhin zu prüfen, ob diese noch zeitgemäß sind. Wohlstand war aus der Sicht der 50er Jahre etwas völlig anderes als jetzt aus der Sicht eines Jahres 2009. Aber man hielt unbeirrt an alten Zielen fest. Das ist falsch, sehr falsch. Das ist so falsch, als hätte Trabant, der ehemalige Automobilhersteller, an seinen Zielen auch nach dem Fall der Mauer festgehalten und hätte 17 Jahre lang den letzten Trabant ausgeliefert. Ziele stellen kein Dogma dar, sondern müssen ständig an die Zeit angepasst werden. Das Wohlstandsziel ist dieser wichtigen und notwendigen Entwicklung nicht unterzogen worden. Somit verfolgen wir heute mit allen Mitteln ein Ziel namens Wohlstand, das seinen Sinn längst verändert hat. Die Generation meiner Eltern hat ständig behauptet: Ihr sollt es mal besser haben. Meine Generation von Eltern hofft, dass ihre Kinder in Zukunft den Level halten können oder dass dieser nur wenig absinkt. Somit sind die mit dem Wort Wohlstand verbundenen Ziele und Maßnahmen nicht mehr sinnvoll und zeitgemäß. Die Werte haben sich verschoben, erneuert und verändert.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik,

Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:38

Freitag, 18. September 2009

Oh wie schön ist früher

„Was machen diese Leute da?“ höre ich mich ins Telephon stottern, als die Photos vom Ochsenrennen in Haunshofen auf meinem Bildschirm erscheinen. „Sie reiten halt Ochsen“, sagt Peter von Felbert am anderen Ende. „Schon klar, aber warum tun sie das?“ „Keine Ahnung. Das ist so ein Brauch.“ „Verstehe.“ – Peter von Felbert lebt seit über zwanzig Jahren in München, und fast ebenso lange beschäftigt er sich in seiner Arbeit mit dem Phänomen Bayern. Geboren und aufgewachsen in Oberhausen, zwischen vom Kohlenstaub ergrauten Gebäuden unter dem smogtrüben Himmel des Ruhrgebiets der 70er, geht ihm von Haus aus jede Naturburschigkeit ab. Wenn dort sattes Grün Berge und Täler überzog, ehe es hinter eisbekrönten Gipfeln in stahlblauen Himmel umschlug, handelte es sich um eine Phototapete. Unter Bergleuten und Stahlkochern beschränkte Ackerbau sich auf Schrebergärtnerei, Viehhaltung auf Brieftauben- und Karnickelzucht. Peter von Felberts Blick auf Natur und das, was man „Brauchtum“ nennt, ist dementsprechend der des Städters, dem von Kleinauf die versiegelte Fläche als natürlicher Aggregatzustand des Untergrundes vorkam und dem infolge der gesellschaftlichen Verwerfungen des Industriezeitalters alle bäuerlich-regionalen Traditionen fehlen. Am Anfang seiner photographischen Sichtung bajuwarischen Brauchtums standen denn auch ironische Distanz und der feste Wille zur Satire. Doch bereits in die ersten Serien, die er zu Beginn der 90er Jahre rund um das Oktoberfest und beim Tölzer Leonhardiritt aufgenommen hat, war unterschwellig etwas wie Sympathie eingesickert. Der Versuch, weißblaue Bierseligkeit allein mittels zielgenauer Beobachtung ihrer Selbstdemontage zu überantworten, schlug aus unerklärlichen Gründen fehl. Zusehends wurde der Abwehrreflex gegenüber in die Wirklichkeit kopierten Heimatfilmidyllen und erzreaktionärem Mir-san-Mir-Gehabe von dem Gefühl unterwandert, daß man nicht nach Hinterindien oder Schwarzafrika reisen mußte, um in der archischen Authentiziät befremdlicher Stammesrituale das geeignete Kontrastmittel für die Reflektion der eigenen Entwurzelung zu finden. Und auch wenn sich die Kluft dadurch nicht überwinden ließ, stellte sich doch eine Ahnung ein, wie die Standortbestimmung des Menschen in einem von Gott und seinem Gesetz geordneten Universum zu vormoderner Zeit vonstatten gegangen sein mochte. Immer häufiger hat Peter von Felbert sich seither in die entlegenen Dörfer, abgeschiedenen Täler seiner Wahlheimat aufgemacht, um die sonderbaren Bräuche dieser nativen Kultur vor unserer Haustür mit der Kamera zu dokumentieren. Er war beim Goaßlschnalzen, beim Fingerhakln, beim Goasnabtrieb in Mittenwald, beim Bergfest in Kraxnbichl, um nur einige zu nennen. Zuletzt ist er beim Ochsenrennen in Haunshofen gewesen. Es findet alle vier Jahre statt, Ausrichter sind „D’Ochserer Haunshofen e. V.“, ein Verein, der gegründet wurde, um die Tradition des Ochseneinspannens vor dem Aussterben zu bewahren. Vor den eigentlichen Rennen findet ein Umzug statt, bei dem veraltetes Ackergerät von den Ochsen durchs Dorf gezogen wird. Die Blasmusik spielt zünftig auf, alle haben Trachten angelegt. Die Burschen sind stramm, die Madeln fesch, und der Feuerwehrmann sieht auf seinem roten Fahrrad aus, als wäre er der Bruder des Briefrägers Heini aus Uhlenbusch. Heuer ist der Himmel noch makelloser als vor vier Jahren. An die zehntausend Leute sind gekommen, um „der Gaudi“ beizuwohnen. Die prachtvollen Tiere sind der ganze Stolz ihrer Besitzer. Später werden sich Liebschaften anbahnen, die Alten beklagen die verlotterten Sitten, gegen Morgen kommt vielleicht eine kleine Schlägerei zustande: So war es früher, so ist es heute, so soll es in Zukunft sein. Das Fernsehteam irrt durch die Szenerie, als hätte der verantwortliche Redakteur bei Experimenten mit einer Zeitmaschine versehentlich die Rücklauftaste gedrückt.Während ich die Photos betrachte, denke ich erstmals ernsthaft über die Möglichkeit nach, daß in Bayern womöglich die Bewahrung von Traditionen jenseits folkloristischer Maskerade geglückt sein könnte, daß das, was wir als Skeptiker aus der Ferne sonst bestenfalls belächeln, vielleicht doch etwas von der Ursprünglichkeit enthält, die uns in unserer Post- und Nachpostmodernen Zersplitterung abgeht. „Und welcher Ochse hat gewonnen?“ frage ich Peter von Felbert, als ob das eine Rolle spielte. „Heinze, der Träumer“, sagt er. „Das glaub’ ich nicht.“ „Doch, ernsthaft.“ Einen kurzen Moment lang glaube ich tatsächlich, daß der Bayer ganz nah am Authentischen ist und sich dabei sogar noch einen natürlichen Sinn für Poesie bewahrt hat, begleitet von leisen Neid. Doch dann erfahre ich, daß die Tradition des Ochsenrennes keineswegs bis in die Jungsteinzeit zurückreicht, nicht einmal bis ins 19. Jahrhundert: Sie ist gerade einmal 24 Jahre alt. Die erste Veranstaltung dieser Art fand 1985 statt – Jahrzehnte nachdem der letzte echte Zugochse vom Abdecker geholt und zu Seife verarbeitet worden ist – ein atavistisches

Neo-Ritual, reine Volkstümelei, so ursprünglich wie der Musikantenstadl oder Schloß Neuschwanstein. Den sonntäglichen Ochsenrennen sind am Freitag die „Mega-Schaumparty mit DJ“ und in der Nacht zuvor die „Mega Ü30 Live-Party mit ROY und Guest“ voraus gegangen, am Montag wird ein Oldtimer-Treffen folgen und abends, als krönender Abschluß eine große Wahlkampfveranstaltung mit Horst Seehofer. Ein ähnliches Programm fände wahrscheinlich auch anläßlich des Jubiläumsjungtaubenpreisflugs der Brieftauben-Reisevereinigung Oberhausen statt, nur daß am Ende eher Franz Müntefering spräche. Aber dann sehe ich mir doch wieder Peter von Felberts Bilder an, auf denen Menschen und Tiere sonderbare Dinge miteinander vollführen, Gesten und Blicke, die Hand einer Frau auf dem Rücken eines Ochsen, den wilden Galopp der Tiere: All das ist sonderbar aus der Zeit gefallen, aus der vermeintlichen Vergangengheit ebenso wie aus der vorgeblichen Gegenwart. Ein Spiel, mag sein, daß es Theater ist, Volkstheater, jedenfalls ein Kunstprodukt, aber – wie Picasso es auf den Punkt gebracht hat – „wir alle wissen, daß Kunst nicht die Wahrheit ist, Kunst ist eine Lüge, die uns die Wahrheit begreifen lehrt“: auf der Bühne, der Festwiese und auf den Bildern. Und unabhängig von allem, was man darüber denken mag, hat am Sonntag, dem 30. August 2009, dort in Haunshofen tatsächlich etwas stattgefunden, an dessen Ende vier Ochsen im Finale standen, und gewonnen hat „Heinze, der Träumer“ – das darf man nicht vergessen.Text: Christoph Peters Fotos: Peter von Felbert

Geschrieben von Peter von Felbert um 14:03

Donnerstag, 17. September 2009

ochsen rennen durch die faz

Geschrieben von Peter von Felbert um 18:54

Sonntag, 13. September 2009

Glück

Derzeit ist wieder das Thema „Glück“ in aller Munde. Was ist Glück? Wie entsteht es? Habe ich ein Recht darauf? Oder etwa alle? Eine philosophische Frage, die noch nie eindeutig beantwortet wurde. Die Versuche reichen von „Glück ist Abwesenheit von Unglück“, was genauso logisch klingt wie „Weiß ist die Abwesenheit von Schwarz und Bunt“, bis „Glück ist nicht von Dauer“. Das gilt allerdings auch für die Wurst, die Gummibärchen oder den Urlaub.
Ich versuche es mal anders. Glück scheint mir ein Gefühl zu sein, das sich
kurzfristig dann einstellt, wenn ich etwas geschafft habe. Stimmt das so
halbwegs? Ist Glück ein Gefühl? So wie Liebe, Zahnweh oder Appetit?
Ist Glück wirklich „kurzfristig“? Gibt es also kein ewig währendes Glück? Stellt sich Glück wirklich ein? Liegt es also ein außerhalb meiner persönlichen Einflussspähre? Muss man diese Wörter jetzt wirklich mit drei „s“ schreiben?
Und stellt sich Glück nur dann ein, wenn ich etwas geschafft habe? Was bedeutet, ich muss etwas getan, verändert, bewegt, gedacht, eine Aktion gestartet haben.
Bisher würde ich immer noch zustimmen. Gefühl? Ja. Kurz? Sicher. Nicht beeinflussbar? Nicht direkt. Zielerreichung? Sieht so aus.
Und zu guter Letzt fällt mir jetzt noch ein Merkmal ein, das Glück zu charakterisieren scheint: Es ist eine Relation, ein Vergleich nötig. Oder anders gefragt, gibt es absolutes Glück? Ich vermute mal nicht.
Also gilt diese These mal vorerst. Wenn das alles so ist, ist es dann stimmig, diesem „Glück“ so nachzujagen wie es oft geschieht? Einem Wild nach zu stellen, das ich nicht sehen, fangen oder halten kann? Oder dessen absolute Existenz mindestens fraglich scheint? Aus Verstandessicht vermutlich nicht. Aber nachdem es offensichtlich aus der Gefühlswelt stammt, lässt sich dann dieses Streben nach Glück überhaupt steuern?
Ich denke, ja. Wenn man sich dies alles nämlich klar macht, dann wird man feststellen, dass es oft gar nicht um Glück geht, sondern oft um ganz profane Dinge wie Besitz, Vorstellungen oder Erwartungen. Wenn ich erst mal in meinem eigenen Haus lebe, ja dann werde ich glücklich. Wenn ich erst 20 Kilo abgenommen habe, ja dann.. Wenn ich….
Was passiert aber in Wirklichkeit? Lebe ich in meinem eigenen Haus, dann möchte ich noch den Swimming Pool dazu. Wenn ich 20 Kilo abgenommen habe, hätte ich auch gern eine bessere Kondition, eine straffere Haut oder erstmal eine komplett neue Garderobe. Steigt mit jeder Wunscherfüllung nicht automatisch ein neuer Wunsch in meinen Erwartungshorizont und verhindert dort nachhaltig das Glücklichsein?
Knüpfe ich meine Vorstellung von Glück an künftige Erwartungen, verhindere ich Glück. Will ich einen Zustand schaffen, in dem mich das Glück treffen kann, sollte ich also weder Erwartungen haben, noch mich mit etwas oder jemanden messen. Oder wie es Ringelnatz formulierte: „Reich willst du werden? Warum bist du’s nicht?“ Das, meine ich, gilt auch fürs Glück.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 19:00

Samstag, 5. September 2009

Milton Friedman - Greed

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 14:42

Mittwoch, 2. September 2009

Der heilige Krieg oder was?

Äh, muss mal kurz fragen, weil ich kapiers nicht, achso, geht ja nicht, die Kommentare sind aus, dann halt rhetorische Frage: Ham die einen an der Waffel, bei Dings, dings, Grey's Anatomy oder wie das heißt? Ich bin nicht die Zielgruppe, ich weiß. Ist was für Mädchen. Für Mädchen, die das Werbeunsinn-Lebensversteh-Angebot mit dem "Serienmittwoch" oder so in ihr Leben zu integrieren versuchen. Nämlich: Das guckt man mit Freundinnen an, genau. Und der Fehler beginnt meines Erachtens da, wo bei der Alternative "Serie" oder "Freundinnen" mit größerer Wahrscheinlichkeit die Serie gewinnen würde. Wahrscheinlichkeit, dass das vorkommt - bei Blick auf einzelne Abende: ca. 20% - Wahrscheinlichkeit, dass das vorkommt bei Betrachtung eines Zeitraums von 13 Wochen: ca. 80%. Egal.
Was ich sagen wollte: Kann es sein, dass das einfach alles nur gequirlte militaristische ist? Oh, ich muss zurück zu meiner Einheit. Oh, ich muss mein Land verteidigen. Oh, ich verlasse alles und jeden und gehe in den Irak. Für mein Land. Für unsere Freiheit usw. usw. - Hallo? Gehts noch? Und abgesehen davon, gibts eigentlich irgendwelche substanziellen Unterschiede zur Schwarzwaldklinik? Jaja, schon gut, Wussow war mehr so die Häkeldeckchenausgabe von Arzt, bissel uncool, aber sonst?
Und dann finde ich, hier überlagert sowieso das Offensichtliche die mühsam in Schwung gehaltene Drehbuchkonversation. Ist doch so, einerseits sind das die totalen Sprechanalphabeten, die an entscheidenden Stellen jaa nicht miteinander reden dürfen, weil sonst die Grundlage für 20 Folgen alberner Beziehungskomplikationen kaputt wär, und andererseits haben die guten Leut Repliken drauf - mein lieber Schorli! Da merkt man, dass ganze 100-köpfige Dialogteams monatelang dran gefeilt haben. Und das hochkalibrige Zeugs kommt dann aus dem Mund von so einem Amerika-Äquivalent zum "einfachen Mann" von der Straße, ganz nebenbei, und natürlich immer mit philosophischer Tiefe, weil zwei Sekunden später irgendwer stirbt, da wirkt ja selbst Joghurtessen tiefsinnig. Und natürlich - immer wieder gern genommen - minutenlanges in die Luft starren sowieso.
Aber ich wollte über das Offensichtliche reden: Die Haarkäppchen und Kopftücher! Sind die süüüß!

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:40

Montag, 24. August 2009

Semmel 3.1

Endlich! Die meisten von euch warn wahrscheinlich genauso ungeduldig wie ich. Die Warterei war schrecklich. Voll nervig. Aber heute endlich Release: Semmel 3.1 - das neue Actionspiel von Bääko. Und hat sich gelohnt. Endgeil.
Das Beste natürlich, was schon auf der Brezn-Convention durchgesickert ist: Semmel 3.1 braucht keine Konsole. Das heißt Spaß und Fun von der ersten Sekunde an. Voll plattformunabhängig. Man kann im Cross-Modus außen Kruste, oder innen Teigbollen mit dem Fluff. Sehr geil. Voll kompatibel mit Käse, Wurst, Leberwurst, Nutella und Brot. Okay, mancher findet das ein überflüssiges Feature, aber es gibt nun mal Leute, die auch hier bisschen weiter gehen. Wir haben getestet und Wow! Mit Brotscheibe - hält. Statt Laufwerk nur die aufgeschnittene Hardware, das ist eine echte Verbesserung gegenüber älteren Releases, wo man den Belag nur oben drauf legen konnte. Jeder kennt die abenteuerlichen Konstruktionen, damit die Tomate nicht rutscht.
Also rundum gelungene Neu-Entwicklung, da haben sich die Jungs von Bääko echt Mühe gegeben. Morgen angeblich schon das nächste Update.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:50

Sonntag, 23. August 2009

Profil

Immer wichtiger. irgendwasVZ, irgendwasScout, LokusListe, Faceguck usw usf. Überall wird Profil gebraucht. Nur: Wie?

Erstens, woher weiß ich, dass der/die tatsächlich der/die ist wie im Profil? = Thema Profil lesen. Zweitens, wie stelle ich mich dar, damit klar ist, wer ich bin? = Profil machen. Wobei wurscht ist, wer ich wirklich bin, Hauptsache, der oder die Richtige/n verstehen, was da steht. = Thema die Richtige/n anziehen. Bei Erstens meine ich nicht: Betrug/Lüge erkennen, das ist ein eigenes Kapitel.

Es geht um was anderes: wie wird man konkret? Jeder geht gern ins Kino, ich auch, klasse, aber ist das schon eine Gemeinsamkeit? Jeder hat schon mal gelacht, manche sagen, sie lachen gern, toll, aber ist das schon "humorvoll"?

In Imagebroschüren reden Firmen gern von "Kundenorientierung" oder "Qualität". Und? Was heißt das? Erst mal alles Mögliche und im übrigen Nichts. Genauso mit miesen Profilen. Es ist heute Standard, dass man sich - bewusst oder nicht - aus der Masse von supi Lebensmodellen ein hübsches aussuchen, es verbasteln, und sich marktfähig machen darf (bzw. muss): für die Jungs, für die Mädels, für den Job.

Aber das reicht nicht. Der tolle Typ, den wir aus uns gemacht haben, muss auch wirklich an die Frau gebracht werden. In echt ist halbwegs klar, was das heißt, wie gesagt: halbwegs, und im Ansatz auch, wie es geht (naja). Im Virtuellen sieht das anders aus, nämlich hilflos und zum Gähnen langweilig.

Eine Freundin schlägt sich gerade mit Dingsship herum. Die Quantität stimmt, sie bekommt Kontakte en masse. Aber wie nun Qualität finden? Ihr erster Fehler ist, ihr Profil ist langweilig. Standard. Das Übliche. Sie nützt ihr Profil nicht. Sie bringt nicht rüber, dass sie und wie und wo sie jemand Besonderes ist. Sie hasst beispielsweise Rechtschreibfehler. Das ist jetzt nicht der Knaller, aber immerhin: sie steht dazu, das unterscheidet sie. Wenn einer ihr von der "häutigen Zeit" vorschwallt, ist die Romantik weg. Warum schreibt sie es nicht in ihr Profil? Dann gibt es andere Rechtschreibfehler, die wie Vertippser aussehen (Doppelbbuchstaben). Sie findet also einen Typ interessant. Warum schreibt sie nicht eine Mail zurück: Liebber Bewerbber, habben Sie Hummor? Usw. Egal wie der Typ reagiert, die Chance ist hoch, dass die Reaktion mehr sagt als sein ganzes, geschöntes Fressen-Profil. Nochn Beispiel gefällig? Unerreicht.

Liebe Freundin, wenn du "Kino" magst, dann schreib, welchen Film, welche Szene, welchen Dialog. Denn was haben Lynch-Fans mit Rosenmüller-Fans oder Fans irakischer Untergrundfilme gemeinsam? Nichts. Genauso mit "Lesen". Tolles Hobby. Hallo? Lesen? Unschärfer gehts fast nicht. Von was reden wir? Schätzing, Kerkeling, Khaled Hosseini, Kathy Reich, Charlotte Roche? Du magst alles? Wirklich alles? Auch Houllebecq? Auch Foucault? Oder nur Bestseller alles? Nur Krimis alles, nur Romane alles, nur alles zum Lachen, nur, was die „Zeit“ empfiehlt, nur, was Caro/Bini/Tini empfiehlt?

Tja, aber so ist das nun mal. Wenn du Ware bist, musst du Marketing machen.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 13:01

Samstag, 22. August 2009

Charlie Parker auf Nintendo

Wie hört sich Charlie Parker auf einem etwas einfacheren Instrument an, einer alten 8-Bit-Spielkonsole?

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 08:39

Samstag, 15. August 2009

Suggestivfragen

Mal 'ne Frage: Wollen Sie das? Wollen Sie das wirklich?Natürlich nicht- Das war ja jetzt suggestiv!Aber sind Sie nicht auch der Meinung, dass das nicht so schlimm war?Nee- das war jetzt auch suggestiv!

Was wollen Sie dann eigentlich wirlich? Mehr Sex?Ja, klar!Aber suggestiv war das auch.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 07:07

Sonntag, 9. August 2009

Spielbericht: Hoffenheim gegen Bayern München. 1. Spieltag. Samstag 8. August 2009. Saison 2009/10. Das Nest.

Aus offizieller Fansicht der Hoffenheimer endete das Spiel 2:0 für Hoffenheim. Was Hoffenheim theoretisch am ersten Spieltag direkt an die Tabellenspitze katapultierte. Aus Sicht der Bayern München Fans endet das Spiel 0:1. Drei Punkte im Sack, weiter geht es. Aus Sicht der Öffentlichkeit ging das Spiel 2:1 für Hoffenheim aus. Aber zum Entsetzen aller steht da auf dem Spielberichtsbogen ein völlig anderes und unverständliches Endergebnis, nämlich 1:1. Unglaublich aber wahr, wie unterschiedlich so ein Spiel enden kann, obwohl eigentlich alle dabei waren.Was führte mich nach Hoffenheim? Fragt sich zwar keiner, aber die Frage könnte theoretisch jemand stellen. Fussball verbindet. Meine Verbundenheit gilt Heiko Walkenhorst, welcher derjenige ist, der dem Akademiker-Fanclub 1899 Hoffenheim Rhein-Neckar Heidelberg 2007 vorsitzt und auch zu den Gründungsmitglieder zählt. Ich folgte seiner Einladung.Und hier möchte ich den Ball gerne aufnehmen und versuchen, gekonnt hin und her zu spielen. Denn um diesem Erlebnis beiwohnen zu können, musste ich mein Nest verlassen. Und mir ist aufgefallen, wie weniger gern man das mit zunehmendem Alter macht. Das Gewohnheitstier übernimmt zunehmend die Kontrolle. Somit dreht sich in jungen Jahren zwar alles um einen selbst, aber im Alter dreht man sich nur noch um sich selbst.Alles das passt aber auch zum Spiel, denn mein Reise endet auch in einem Nest – Sinsheim. Denn der Verein Hoffenheim spielt in Sinsheim, aber mein Reiseziel war Heidelberg. Ein bekanntlich schönes Nest.
Also überwand ich meine Trägheit und meinen schwindenden Bewegungsdrang und machte mich auf zum ersten Bundesligaspieltag nach Hoffenheim. Obwohl das nicht stimmt, denn ich war zu keinem Zeitpunkt in Hoffenheim. Auch so ein Nest. Machte mich auf diese Reise, die Samstags um 11.00 Uhr in Tutzing am Starnberger See begann, da schon wieder ein Nest, und Sonntags im selben Nest um 15.00 Uhr endete.Dazwischen fuhr ich ca. 7,5 Stunden mit dem Zug. 2 x 30 Minuten mit dem Auto zum Stadion hin und zurück. Und 2 x 10 Minuten mit dem Taxi in die Altstadt. An die Rückfahrt kann ich mich nicht mehr so genau erinnern. Die Schlafzeit betrug ca. 6 Stunden und dem Ganzen gesellen sich 2 x 45 Minuten Fußball hinzu. Bemerkenswertes an dieser Reise ist schnell erzählt. In Hoffenheim ist es grundsätzlich so, dass, wenn der Gegner der eigenen Mannschaft den Ball abnimmt, dies immer einem groben Foul gleichzusetzen ist. Und man immer verwundert ist und erzürnt darüber, dass der Schiedsrichter so wenig Karten gibt.Spielerisch fällt Hoffenheim positiv auf und ins Gewicht. Das kann man von den Bayern leider nicht sagen. Erstmals an einem Samstag war der Anstoß nicht um 15:30 Uhr sondern jetzt neu – dank Sky – um 18:30 Uhr. Der Spieltag soll damit verwertungstechnisch wie ein großer Pizzateig so weit wie möglich ausgerollt werden. Was man auch in dreister Weise macht und was die Scheidungsquote sicher weiter rasant ansteigen lassen wird. Seltsam ist einem sofort aufgefallen, dass die Zwischenergebnisse von den anderen Plätzen fehlten. Da war schon alles gelaufen. Seltsam. Aber wenn man konsequent wäre und man dem Fernsehwettbewerb die Lichter ausblasen will, dann würde ich jeden Tag nur eine Partie spielen lassen und zwar um 20:00 Uhr. Und die letzte Partie würde ich so platzieren, dass dem irgendein Quotenrenner, ein Schwergewicht entgegengesetzt wird. Aber vielleicht kommt das noch.Sinsheim ist ein Nest. Und mit dieser Beschreibung tut man dem Ort wirklich einen Gefallen. Irgendwo stand am Stadion eine Richtungsangabe: Innenstadt. Wer diesem Begriff eine mitteleuropäische Interpretation zuteil werden lässt, der wird diese Innenstadt nie finden. Braucht es auch nicht, man geht ja ins Stadion. Man parkt auf einem gewerblichen Parkplatz in der Nähe. Das ist kein Problem, denn Samstags 18:30 Uhr wird sogar in Sinsheim nicht mehr gearbeitet. Auch bemerkenswert ist der gesonderte Ticketschalter mit der Überschrift: Toublecounter. Alles andere sieht aus wie ein Fussballverein, riecht, fühlt sich an wie einer, ist auch einer, nur eben alles im Format eines Nests. Und das ist gut und schön so.Richtig kreativ wurde es mal kurz bei der Namensgebung der Fanzeitschrift: achtzehn 99. Respekt. Irritiert habe ich versucht, die Sponsoren in meinem Langzeit- und Kurzzeitgedächnis bekannten Größen zuzuordnen. Das ist mir bis auf SAP kaum oder gar nicht gelungen. Der Rest ist so trivial und vom Niveau so tiefliegend wie in allen deutschen Stadien auch. Ich hatte den Platz mit der Nummer 9. Das ist nett, aber diese Position habe ich nie gespielt, sondern ich war immer ein 6er, 7er oder 8er. Heute könnte ich den modernen Doppel-Sechser allein spielen. Hoffenheim ist glücklich darüber, dass jemand etwas bzw. so viel für den Freizeitwert macht wie Herr Hopp. Günzburg hat Legoland, Sinsheim hat Hoffenheim. Ein paar Dinge kamen eher seltsam rüber. Die Parkplatzsituation erinnert mich an eine Szene aus Independents Day. Nach dem Spiel traf man auf den einen oder anderen Nest-Hooligan. Nicht wirklich gefährlich, aber wenn es unglücklich läuft, einfach blöd. Seltsam war auch, dass mir in dem einen Eingang mit meinem Fotoapparat kein Einlass gewährt wurde, aber einen Eingang weiter der Rucksack nicht mal kontrolliert wurde.Nach dem Spiel ist vor dem ersten Bier. Das nahmen wir in der Nähe des Stadions zu uns. Und das Spiel wurde noch mal wie ein Wienerschnitzel von allen Seiten abgeklopft. Da ich Gast war, war ich natürlich auch großzügig in den Auslegungen. Nicht zu sehr, denn man will auch nicht als Schleimer dastehen.Witzig fand ich, dass Schalke genau 3 Minuten Tabellenführer war. Und dann doch wieder nicht. Sehr angenehm empfand ich die Gastfreundschaft, und die Steigerung und Krönung war dann die Nacht in der Altstadt. Sehr gutes Essen, toller Wein und zum Abschluss ein Averner. Was will man mehr. Heiko entlockte seiner Küche am nächsten Morgen einen guten Milchkaffe und nachdem wir dabei im Fernsehen auf DSF uns noch mal fast

alles reingezogen hatten, machte ich mich um 11.00 Uhr auf den Weg zurück in mein Nest, das ich um 15:00 Uhr erreichte. Der Spielbericht endet hier. Es war schön, aber ich bin glücklich, wieder zu Hause zu sein. Aber wenn man nicht rausgeht, dann sieht man immer weniger vom Leben da draußen. Die netten Menschen hätte ich nicht kennengelernt und viele andere Eindrücke hätte ich auch nicht einfangen können. Da kann man nur hoffen, dass es viele so gute Freunde gibt, die mich immer wieder aus meinem Nest locken. Sonst drehe ich mich wirklich nur noch um mich. Und das wird nicht nur langweilig für mich, sondern vor allem für meine Leser. Wenn ich nur noch aus meinem Nest berichten würde. Also, auf zum nächsten Nest. Aber nicht so schnell. Bin gerade erst wieder angekommen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 20:09

Montag, 3. August 2009

Die Lösung aller Geldprobleme

Es gibt was, das ist so verbreitet, wenn man das versteuern würde, wären wir auf einen Schlag alle Geldprobleme los. Wir wären überhaupt alle Probleme los, denn wenns genug Geld hätt, dann wären alle zufrieden, keiner müsste auf irgendwen neidisch sein, es gäb genug Bildung und Autos für alle.
Ich red davon, dass ich hier den ganzen Tag verarscht werde. Von irgendwelchen Handwerkern, von meinen Kunden, vom Finanzamt, von meiner Frau. Also, ich bin wirklich eine arme Sau. Echt bedauernswert. Und dann hab ich auch noch diese großartigen Ideen, mit denen man die Welt retten könnte. Und? Dankts mir jemand? Natürlich nicht. Keine Sau. Aber zurück zum Thema.
Verarschung. Vielleicht sind Sie auch schon mal verarscht worden. Es gibt Firmen, die verarschen einen den ganzen Tag. Die ganze Politikerfressenlandschaft ist eine einzige schwere Verarschung. Sie brauchen bloß das Telefon abzuheben, da ham Sie noch nix geredet und schon sind Sie verarscht. So. Jetzt müsste man einfach nur ganz simpel diese ganzen Verarschungen versteuern. Peng! Das ist alles! Und ein Geldsegen würde über uns hereinbrechen, dagegen ist die Finanzkrise einmal kurz in den Brunnen gespuckt. Wir hätten Kohle, Leute, das wär Wahnsinn. Ja gut, einige könnten sich dann vielleicht die Verarscherei nicht mehr leisten. Und dann fehlt uns das Geld bei den Steuern. Aber Leute, denkt doch mal nach! So what, sag ich da nur. Wenn die Hälfte der Leute aufhört, die anderen ständig zu verarschen, wäre auch schon eine Menge erreicht.
Da soll noch mal jemand sagen, der Weltfrieden ist nicht machbar. Und überhaupt: Man muss lieben, um richtig hassen zu können. Denkt mal drüber nach!

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:02

Benny & Kenny

Diese unglaublich zähe Zeit, leere Wochenenden und traurige Abende gehen zu Ende. Das Leben hat wieder Sinn, Struktur und Spannung. Auch wenn manche Nichtbajuwaren glauben, die Hauptstadt von Bayern hieße Hofbräuhaus und der Präsident Franz Beckenbauer. Wo doch jeder weiß, die Hauptstadt ist die Allianzarena. Doch genauso wie das Oktoberfest überwiegend im September stattfindet, genauso keimt im Schatten der Säbenerstraße jedes Jahr wieder ein zartes Pflänzchen Hoffnung, das da lautet: Stark wie noch nie! Der Never-Come-Back-Song des TSV 1860 München.Während die Bayern Münchnerischen Hoeneßiannas "Forever Number One" grölen und sich lediglich fragen, an welchem Spieltag die nächste Meisterschaft fest steht, hoffen die Blauen von der Grünwalderstraße, die wegen einer früheren Großtat aus dem Mittelalter (1966/67) von Insidern "Löwen" genannt werden, sie wären dieses Jahr endlich so weit, die Schmach der fußballerischen Bedeutungslosigkeit zu verlassen.Letztes Jahr hätten sie es auch fast geschafft, nämlich den Abstieg aus dieser Bedeutungslosigkeit in die Ebene der Hobbykicker und Beinausreißer, hätte nicht einer der letzten Altlöwen, der leise Benny nämlich, Tor um Tor geschossen und den Supergau gerade so verhindert. Doch irgendwie könnte es was werden diese Saison. Da haben sich doch die beiden um die Macht im Verein streitenden Fanlager "Weißbierstadl Werinherstraße" und "ARGE Augustinus" bei einem gemeinsamen 4-Promille-Gespräch versöhnt, das ahnungslose Präsidium verzichtet plötzlich auf Ich-will-auch-mal-ins-Fernsehen-Interviews und die Geschäftsführung führt nur noch die Geschäfte. Zusätzlich wurden ein Trainer und ein Manager geholt, die etwas vom Fußball verstehen und das auch ausführen dürfen. Doch das Wichtigste zum Schluss. Es soll ein amerikanische Stürmer verpflichtet werden, der nicht von Klinsmann jeden Tag besser gemacht wurde und Cooper, Kenny heißt. Richtig! Kenny! Wer ahnt, welch magische Macht von den richtigen Slogans ausgeht, weiß was das bedeutet: Kenny & Benny! Alleine diese Schlagzeile entwickelt solch eine Eigendynamik, das der Aufstieg in die Bundesliga quasi im Mediensog gelingen wird. Und sollte es wider Erwarten wieder nicht klappen, bleibt ja immer noch der Gang zur Super-Nanny.

Geschrieben von Kai Falkenberg in München um 07:07

Sonntag, 2. August 2009

Benny & Kenny

Diese unglaublich zähe Zeit, leere Wochenenden und traurige Abende gehen zu Ende. Das Leben hat wieder Sinn, Struktur und Spannung. Auch wenn manche Nichtbajuwaren glauben, die Hauptstadt von Bayern hieße Hofbräuhaus und der Präsident Franz Beckenbauer. Wo doch jeder weiß, die Hauptstadt ist die Allianzarena. Doch genauso wie das Oktoberfest überwiegend im September stattfindet, genauso keimt im Schatten der Säbenerstraße jedes Jahr wieder ein zartes Pflänzchen Hoffnung, das da lautet: Stark wie noch nie! Der Never-Come-Back-Song des TSV 1860 München.Während die Bayern Münchnerischen Hoeneßiannas "Forever Number One" grölen und sich lediglich fragen, an welchem Spieltag die nächste Meisterschaft fest steht, hoffen die Blauen von der Grünwalderstraße, die wegen einer früheren Großtat aus dem Mittelalter (1966/67) von Insidern "Löwen" genannt werden, sie wären dieses Jahr endlich so weit, die Schmach der fußballerischen Bedeutungslosigkeit zu verlassen.Letztes Jahr hätten sie es auch fast geschafft, nämlich den Abstieg aus dieser Bedeutungslosigkeit in die Ebene der Hobbykicker und Beinausreißer, hätte nicht einer der letzten Altlöwen, der leise Benny nämlich, Tor um Tor geschossen und den Supergau gerade so verhindert. Doch irgendwie könnte es was werden diese Saison. Da haben sich doch die beiden um die Macht im Verein streitenden Fanlager "Weißbierstadl Werinherstraße" und "ARGE Augustinus" bei einem gemeinsamen 4-Promille-Gespräch versöhnt, das ahnungslose Präsidium verzichtet plötzlich auf Ich-will-auch-mal-ins-Fernsehen-Interviews und die Geschäftsführung führt nur noch die Geschäfte. Zusätzlich wurden ein Trainer und ein Manager geholt, die etwas vom Fußball verstehen und das auch ausführen dürfen. Doch das Wichtigste zum Schluss. Es soll ein amerikanische Stürmer verpflichtet werden, der nicht von Klinsmann jeden Tag besser gemacht wurde und Cooper, Kenny heißt. Richtig! Kenny! Wer ahnt, welch magische Macht von den richtigen Slogans ausgeht, weiß was das bedeutet: Kenny & Benny! Alleine diese Schlagzeile entwickelt solch eine Eigendynamik, das der Aufstieg in die Bundesliga quasi im Mediengewitter gelingen wird. Und sollte es wider Erwarten wieder nicht klappen, bleibt ja immer noch der Gang zur Super-Nanny.

Geschrieben von Kai Falkenberg in München um 18:08

Dienstag, 28. Juli 2009

7:0, 3:0, 1:0 und Finale 2:0

Mein Sohn hat sein erstes Fußballturnier gespielt. Den Zahlen nach überaus erfolgreich. Aber darum geht es mir eigentlich nicht, sondern was man dabei erlebt, mitmacht und durchmacht. Der Leistungsdruck schon auf den Kleinsten ist nicht ohne. Unglaublich, wie Trainer auf 6jährige einbrüllen und hysterische Mütter kreischend ihre Zöglinge versuchen nach vorne zu peitschen. Das Habitus der Menschen, die ein Fußballspiel der G-Jugend begleiten, ist wie bei einem Weltmeisterschaftsspiel. Richtig Freunde macht man sich mit dem Satz: Ist doch nur ein Spiel. Jedenfalls wurde ich bei einem Spiel gebeten, nicht hinter dem gegnerischen Tor zu stehen und Fotos zu machen. Es würde den Torwart verunsichern. Nun gut, dachte ich mir. Ob Oli Kahn auch so dünnhäutig gewesen sei, ging mir durch den Kopf. Und als mein Sohn ihm einen einschänkte, fing der kleine Torwart auch gleich an, Rotz und Wasser zu heulen. Das machte mich nachdenklich. Hat das noch was mit dem Spiel zu tun? Oder zerbricht dieser kleine Mensch unter dem Erwartungsdruck - der Großen? Also, meinen Sohn hat das auch tief beeindruckt, so dass ihm das Tore schießen in diesem Spiel nicht so viel Spaß machte. Aber einem seiner Mitspieler um so mehr. Egal. Was mir brutal ins Auge fiel, war die schlechte Ernährung während eines Kinder-Fußballturniers. Anstatt Bewegung mit gesunder Ernährung zu verbinden, wurde diese Chance mal wieder kläglich vergeben. Ich kann das Nahrungsmittelangebot an dieser Stelle nicht beschreiben, ohne dass die Leser eventuell einen Herpes bekommen, deshalb lassen wir das. Aber es zeigt, dass es hier nur um Gewinner und Verlierer auf dem Platz und im Leben zu gehen scheint. Ich habe vorsorglich dem Bewegungsport dienliche Nahrungsmittel und Getränke eingepackt. Das nur am Rande bemerkt. Die Schiedsrichter haben einen schweren Stand, denn sie waren einige der Wenigen, die das Spiel mit dem Spaß verbinden wollten. Somit schauten sie wirklich darauf, dass der Spaß im Vordergrund stand. Was einige Eltern natürlich ganz anders sahen. Sie forderten ständig Strafstöße, Freistöße, reklamierten Abseits [Anmerkung: Erst ab der D-Jugend wird mit Abseits gespielt], auch Rückpässe zum Torwart wurden lautstark reklamiert. Aber den Schiedsrichtern wich das Lächeln nicht aus dem Gesicht und sie bauten immer eine sehr sympathische Nähe zu den Kindern auf. Wir spielen Fussball, vermittelten sie allen. Nun gut. Wir kommen aus einem ganz kleinen Dorf, deshalb war die Hoffnung nicht groß, hier was zu reißen. Daher konnten wir die ganze Sache auch sehr locker angehen. Was natürlich dazu führte, dass die Jungs viel Spaß hatten, lockere Beine und mit der Gewissheit auf den Platz gingen, 'mal sehen wie es läuft'.Die Einstellung, das Spiel im Vordergrund zu sehen, macht das möglich, was ich meinen Kunden jeden Tag versuche zu erklären und beizubringen. Sie eilten von einem souveränen Sieg zum anderen. Jedes Spiel war ein isoliertes Ereignis für sich. Somit ging man in jedes Spiel, als ob es das Erste und Letzte wäre. Zudem war die Erwartungshaltung nicht an das Ergebnis unmittelbar gebunden, sondern an das emotionale Erlebnis. Was in der Regel auch zu außerordentlichen Ergebnissen führt. Alles in allem hat mir dieses kleine Fußballturnier mal wieder vor Augen geführt, was das Problem der Großen ist. Was die Kleinen noch nicht haben, bis die Großen es ihnen eintrichtern.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 08:08

Sonntag, 26. Juli 2009

Befreiungsschlag

Mein ganzes Leben ist eigentlich ein kleiner Befreiungsschlag von allem, was mir nicht passt. So ein klein wenig, denn den Großen traue ich mir einfach nicht zu. Obwohl mir Menschen nachsagen, ich hätte schon große Befreiungsschläge hinter mir. Das sehe ich anders, die waren in der Regel ein Griff ins Klo. Obwohl, der eine oder andere empfindet das als befreiend, ich nicht.Es sind diese vielen kleine, die von allen Seiten. Jede Minute wieder ein kleiner. Denn ich glaube, dass die wirklich großen Befreiungsschläge die Summe der vielen kleinen sind, die man vorher beschritten hat. Manchmal sind es nur kleine Tippelschritte im Kopf. Für die Außenwelt unmöglich zu bemerken, aber für einen selbst können sogar solche Gedanken Herzrasen machen. Menschen, die vom großen Befreiungsschlag reden und träumen, aber die kleinen nicht vollziehen, die werden ihr Leben lang davon reden und träumen. Und auch das ist gut so. Nichts ist schlecht daran, außer das schlechte Gewissen, was solche Menschen so lange begleitet. Anstatt sich einmal einzugestehen: ich bin kein Weltumsegler, ich klettere nicht auf 8.000er und ich muss mir keinen Kopf darüber machen. Aber sollte jemand da draußen sein, der innerlich zerfressen wird, weil die Dinge sich nicht ändern, fügen oder ergeben. Die Ungeduld schon Kopfschmerzen macht und der damit seine Umwelt schon gewaltig nervt, dann – kleine schnelle effektive Schritte. Einfach anfangen. Für die einen ist es, 15 Minuten früher aufstehen. Für die anderen, 2 Stunden früher ins Bett gehen. Einfach im Kleinen anfangen, alles so zu leben, wie man es im großen Befreiungsschlag ohnehin tun müsste. So bleibt der große Akt, der große Auftritt, weil alles sich ergibt.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 19:41

Donnerstag, 23. Juli 2009

Neukundengewinnung

Das Reißerthema! Hier fährt jeder drauf ab! Steigen Sie ein! In verschiedenen Foren wird gerade wieder das Lieblingsthema diskutiert: Wie komme ich an neue Kunden? Und - was kostet das? Und warum machen das die Akquisiteure für mich nicht umsonst? Kann doch nicht so schwer sein? Bißchen telefonieren oder so.Auf der anderen Seite die Akquisiteure, die darauf verweisen, dass ihre Arbeit viel wert ist. Alleine drei Stunden am Stück Leute anzurufen ist schon eine Riesenleistung. Natürlich können sie auch nicht das unternehmerische Risiko des beauftragenden Unternehmens übernehmen. Außerdem trägt sich die Leistung quasi von selbst - jetzt oder später.Und so weiter und wieder zurück. Haben beide Seiten Recht? Egal!Was also tun? Gehen wir mal davon aus, dass es sich im Normalfall nicht um ein System relevantes Unternehmen handelt und gleich Angie mit den Milliarden und der Aufsichtsrat mit dem goldenen Millionenhandschlag um die Ecke kommen. Mein erster Vorschlag wäre: Zusperren! Aufhören! Wenn du als Unternehmer nicht genügend neue Kunden gewinnen kannst, lass es.Oder du hast es finanziell im Kreuz, dass du dir Leute leisten kannst, die du dafür einstellst und bezahlst. Meinetwegen auch Externe. Oder du hast ein so gutes Konzept und so viel Charisma, dass du Leute findest, die für dich akquirieren mit dem Versprechen auf künftige Gewinne. Oder du hast ein so tolles Produkt, eine so überzeugende Dienstleistung, dass sich die Kunden quasi von selbst einstellen, wenn es dir gelingt, dich nur erst regional (oder webinal) ins Gespräch zu bringen.Vielleicht könnten sich auch diejenigen zusammentun, die zu wenig Kunden haben und Reih um für die anderen akquirieren, analog der Erkenntnis, dass es um vieles einfacher ist, für jemand anderen zu werben. Im Prinzip eine Genossenschaft dem Gedanken nach.Dann kannst du noch laut "!Tschakka" rufen und hoffen, dass dir genügend Gutgläubige ihr Erspartes geben. Oder du machst es wie die meisten. Du fängst einfach an, gehst deinen Weg und lebst solange von der Hand in den Mund, bis du es geschafft hast. Weil du gut bist, weil du überzeugt bist, weil du Durchhaltevermögen hast, weil du einfach schon lange da bist.Im Idealfall kommt alles zusammen. Du machst dich mit einem tollen Produkt und einer überzeugenden Dienstleistung selbstständig, hast genügend Erspartes, um dir genügend Unterstützung zu besorgen, hast Charisma, ein glückliches Händchen und bist absolut magnetisch für Geschäftspartner und Kunden. Da brauchst du nicht einmal einen Elevator Pitch. Auf gut Deutsch: Machen Sie es einfach so wie ich!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Business Lösungen um 07:07

Mittwoch, 22. Juli 2009

Wie lange noch?

Die Amerikaner sind verrückt, aber sie sind uns in Vielem voraus. Ihre Filme sind größer, ihre Finanzkrisen sind größer - und ihre Fähigkeiten, in die Zukunft zu schauen, sind es definitiv auch.
Manche von uns, also diejenigen, deren tägliches Wohl davon abhängt, dass sie eventuell Geld verdienen, wollen wissen, wie lange der Mist mit dieser Krise noch dauert. Nein nein nein nein, fragen wir keine Banker oder Politiker oder andere von denen. Fragen wir jemanden, dem wir trauen. Und sehen wir uns, Männer, unsere Unterhosen an.
Unterhosen-Index: Man trägt sie drunter, man sieht sie nicht, und wenn wir nicht auf der Balz sind, sind sie uns Männern auch einfach herzlich egal. Wenn allerdings schlechte Zeiten auch nur drohen, stellen wir jede Ersatzbeschaffung auf der Stelle ein. Erst, wenn es wieder aufwärts geht, erlösen wir uns vom Gummifransen-Elend der schlechten Zeiten, misten entschlossen aus und kaufen neu. In den Staaten sind die 12-Monatsunterhosenzahlen bis Ende Januar um 12% gefallen. Im Februar und März hat sich der Absatz zwar gefangen und blieb einigermaßen gleich. Für eine echte Erholung ist aber ein kräftiges Wachstum über einen längeren Zeitraum nötig, und das ist leider nicht in Sicht. Schiesser ist pleite, remember?
Bra-Index: Auch die Bra-Verkäufe sind ein guter Indikator. Wenn Bras sich erholen, ist der Wendepunkt erreicht. Überhaupt sehen Frauen sehen alles rascher wieder rosaner als Männer. Wie schön, dass der Bra-Absatz im ersten Quartal um 4% gestiegen ist.
Rocklängen-Indikator: Es ist eine Binsenweisheit, dass die Röcke länger werden, wenn die Wirtschaft schrumpft, und kürzer, wenn der Dax wieder steigt. Die letzte Wirtschaftsblase hat die Röcke so kurz gemacht, dass der Wohlstand mit Rockkürze schon garnicht mehr auszudrücken war und es bis zur Bauchfreiheit ans Kürzen der Hemdchen ging. Das Wetter war in den letzten Monaten so mies, keine Ahnung, was sich unter dem Regenmantel verborgen hat.
Usw.usf. - na, wenn das nicht Wirtschaft ist, wie sie jeder versteht!? Lehnen wir uns zurück und warten wir auf die neuesten Zahlen aus dem Schokoladenmarkt.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 00:15

Dienstag, 21. Juli 2009

Ich bin mal kurz weg gewesen. Komme jetzt aber wieder.

Dem einen oder anderen ist es vielleicht aufgefallen, dass ich einige Zeit nicht hier war. Das lag allein daran, dass ich nicht dazu gekommen bin. Meine Liste ist gerade einfach zu lang und wird ständig länger. In Anbahnung einer Wirtschaftskrise mit biblischem und zugleich apokalyptischen Ausmaß, habe ich Vorbereitungen getroffen. Meine Arche Noah gebaut. Denn die Erinnerung an die letzte fette Krise 2002 ist mir noch allgegenwärtig und steckt mir immer noch in den Knochen. Somit habe ich Dinge getan, die ich lange nicht mehr getan habe. Ich habe mir neue Kunden gesucht. In diesem Fall mal größere, weil ich dachte, von einem großen Baum fallen auch in der Krise sicher noch mehr Kirschen, als von einem Bäumchen. Auf der anderen Seite habe ich mir aber auch gedacht, was ist, wenn sogar die Großen keine Früchte mehr tragen. Somit habe ich die notework-Idee endlich selbst begriffen und setzte diese nun gleichzeitig um. notework ist ein Netzwerk der Verbundenheit. Die Strategie: Auf neuen Wegen zu alten Zielen. Der Gedanke: Wertschöpfung entsteht nur aus Wertschätzung. Die Idee: Ein Mittelstandsnetzwerk im Internet. Die Wirkung: Business-Pages, die Geschäft generieren. Und die zu den relevanten Suchbegriffen jeweiligen Angebote weit vorne platzieren bei den Suchergebnissen. Neue Geschäftsfelder erschließen. Das Instrument: Online-Redaktionssysteme, die miteinander verbunden sind. Es funktioniert leider so gut, dass wir aus dem Bauen von Online-Redaktionssystemen gar nicht mehr rauskommen. Und mit jeder weiteren Business-Seite schaffen wir wieder überzeugende Argumente, die neue Kunden auf den Plan rufen. notework braucht jetzt viel Zeit, Ideen und Geschwindigkeit. Das fordert die Idee einem einfach ab. Und alle, die daran mitwirken und es werden ständig mehr, die ergreift schnell dasselbe Gefühl. Endlich Marketing und Kommunikation realisieren zu können und zu dürfen, was wirklich funktioniert. Wer mehr erfahren will, der kann das auf der notework-Seite verfolgen. Wenn ich dazu komme, schreibe ich hier nieder, was gerade passiert, was passiert ist und was passieren wird.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:34

Montag, 20. Juli 2009

Update 4: Von der Natur lernen: Lektion in Schönheit

Update 4. Juni

Update 3: Ende Mai

Update 2: Anfang Mai

Update 1: Anfang April
Originalfassung Anfang März:Fotos: Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Flora um 16:56

Der 3 Sekunden Tod

Es ist mir peinlich, darüber zu schreiben. Wirklich sehr peinlich. Aber irgendwann muss es ja mal raus. Es geht nicht um das, was viele nun denken. Nein, es ist eigentlich noch peinlicher. Wenn ich in Gesellschaft bin mit mehr als 5 Personen, die ich namentlich nicht kenne und die auch sonst noch keinen Stellenwert in meinem Leben eingenommen haben, dann vergesse ich nach der persönlichen Vorstellung innerhalb von 3 Sekunden den Namen. Das ist mir den ganzen Abend peinlich und ich verlasse den Abend in der Hoffnung, diesen Menschen nie mehr zu begegnen.Was aber hin und wieder doch passiert. Einige Menschen haben es geschafft, dass diese mir sicher schon mehr als 10 Mal vorgestellt wurden, in welcher Form auch immer. Und auch beim 11ten Mal ist der Namen nach 3 Sekunden futsch. Im Laufe eines Leben ist einem nichts mehr wirklich peinlich. So trug es sich zu, dass ich vor nicht allzu langer Zeit andere Menschen fragte, ob diese das Problem kennen würden. Erleichterung, geradezu Euphorie machte sich breit, denn ich bin auch in diesem Fall offensichtlich nicht alleine. Das Phänomen ist allseits bekannt.Was passiert da? Ganz einfach. Wie in der Kommunikation erreicht die Information alleine das Bewusstsein nicht. Der Information fehlt das passende Involvement. Nun könnte man es vermeintlich leicht machen und einfach sagen, jedem neuen Gesicht ordne ich eine Hauptstadt zu. Das Problem wäre dasselbe, nur doppelt so groß. Man fragt sich nicht nur, wie hieß der Typ denn noch, sondern, wie hieß die Stadt zu dem Typ denn noch. Das Involvement muss an die Information gekoppelt sein, sonst bleibt nichts im Bewusstsein, sondern wandert ins Unterbewusstsein. Das sind die Kartons im Keller, von denen man sich nicht trennen konnte, man aber nicht mehr weiß, was drin ist. Eine Verknüpfung zu den Inhalten herzustellen ist sehr schwer bis unmöglich. Trotzdem geistern in unserem Bewusstsein Namen und auch Marken herum, mit denen man eine Verbundenheit hergestellt hat. Ob man wollte oder nicht. Wenn man doch diese ganzen unnützen Namen und Marken einfach austauschen könnte gegen Namen und Marken, die man wesentlich besser gebrauchen könnte. Was soll ich mit Nordmende oder Boris in meinem Kopf. Aber so einfach geht das nicht. Eine Lösung wäre, sich eine Vielzahl von passenden Involvement zurechtzulegen. Man küsst z.B. eine Frau lang und innig und fragt dann nach dem Namen. Das würde funktionieren. Oder man knallt einem einfach eine und fragt dann nach dem Namen. Man schüttet Kaffee über den Kopf, zerreißt die Bluse... Es gibt Unmengen von Dingen, die man tun könnte, um sich Namen merken zu können. Die alle so unvergesslich wären, dass man die Namen sicher auch nicht vergessen würde. Aber man kann das alles auch lassen, weil es vielen so geht. Und wenn es einen stört, dann sollte man einfach immer ein Namensschild dabei haben. Somit bringt man den Gegenüber schon mal nicht in Bedrängnis. Auf dem Schild sollte stehen: Entschuldige, ich habe Deinen Namen vergessen. Sollte es Dir auch so gehen, ich heiße CHRISTOF. Danke & Bitte.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:51

Vertrauensproblematik

Der Mensch ist sensibler, als man glauben mag. Er trifft seine Entscheidungen somit primär aus dem Bauch heraus und erklärt sich diese dann mit der ihm schlüssigen Plausibilität, die seiner Logik entspricht. Nicht mehr und nicht weniger. Der Casus Knaxus liegt aber im emotionalen Bereich, und nur hier. Hier breiten sich die wesentlichen Gefühlswelten aus, die zu einer Meinung, einer Entscheidung, einer Stimmung, einer Einstellung bis hin zu einem Vorurteil führen. Da helfen keine Argumente, und wiegen diese noch so schwer, wenn das Gefühl einem etwas anderes sagt. Nichts zu machen. Das Vertrauen ist eines der ganz großen Gefühle. Man könnte sagen der höchste Trumpf unter den Gefühlen. Wenn das Vertrauen nicht da ist, macht man keinen Stich. Ist das Vertrauen da, hat man immer die besseren Karten in

der Hand. Verspielt jemand das Vertrauen leichtsinnig, dann geht so gut wie nichts mehr. Genießt jemand das Vertrauen, dann ist alles möglich. Deshalb ist der Schutz des Vertrauens das oberste Gebot, an das sich ebenso wenig halten wie Falschparker. Das ist das Problem.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:50

Freitag, 17. Juli 2009

Zielgruppe 50 plus

Am gröbsten sagen es wieder mal die Puppenspieler. Das sind die, die hinter den Kulissen die Strippen ziehen. Für die Berechnung der Einschaltquoten interessant sind die Zuschauer von 14 bis 49. Punkt. Alle anderen sehen sowieso ZDF oder das Sommertraumspiel der Heimatbergmusik von Hansi Borg, comoderiert von Johannes B. Gottmann.Jetzt schauen wir uns also mal diejenigen an, die für die bunte Fernsehwelt unrelevant sind, die aber zunehmend immer mehr von der Industrie als solvente Käuferschicht entdeckt werden. Dumm nur, dass man sie nicht so ansprechen kann. Wer ist schon gern 50 plus, Silver Server oder Generation Ginseng?Wäre David Copperfield froh über einen Seniorenteller im Beverly Wilshire? Würde sich Franz Beckenbauer über eine Rentnerermäßigung in der Sauna des Sporthotels "Wilder Kaiser" freuen? Oder habe ich mich bedankt, als eine meiner Versicherungen mir eine Sterbeversicherungspolice zusandte? Die Banker haben für diese Kunden intern die Bezeichnung AB-Kunden. Alt und blöd. Leider lassen sich inzwischen selbst an die UHUs kaum noch Lehmann Derivate mit doppeltem Zero Bond verkaufen. UHUs sind die "unter 100", die mir immer meine Sterbeversicherung wegkaufen.Die Herausforderung besteht ja darin, Produkte für eine Zielgrupe zu entwickeln, die diese weder sein will noch haben wollen.Oder sind Sie scharf auf einen Badewannenlift, Inkontinenzeinlagen, Haftcreme für die Dritten oder eine Behinderten gerechte Weltreise auf dem Traumdampfer "Zur heiligen Maria", wo die jüngste Animateurin aussieht wie Inge Meysel selig?Super gelöst haben dieses Problem die Autohersteller der Arthritiskutschen. Das sind diese vielen hüfthohen Karossen über zwei Tonnen, die für die Generation "Sieht nix, hört nix und kann sich kaum noch bewegen" gebaut wurden. Der Einstieg ist so hoch, dass selbst Luis Trenker in der Endphase noch ohne Seilmannschaft hinein oder hinaus geklettert wäre. Die Werbung gab diesen Opa-Schaukeln das Image des sportlichen Geländewagens mit dem Hauch von Weite und Marlboro-Country, das inzwischen auch immer mehr Möchtegern-Cowboys mit einem Großstadt-Rodeo verwechseln.Aber das ist der Weg! Wenn ihr Kunden für etwas gewinnen wollt, das diese gar nicht haben wollen, müsst ihr euer Produkt tarnen (X8iiS), die Realität verschleiern (Hypo Real Estate Original Texas Immobilien Package mit AAA Rating) oder sie gleich anlügen (Die Mehrwertsteuer wird nicht erhöht!). Warum schreibe ich das eigentlich?

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Lektion um 20:30

Mittwoch, 15. Juli 2009

aktuell in der elle

Geschrieben von Peter von Felbert um 16:47

Dienstag, 14. Juli 2009

alpenländische meisterschaften im fingerhakeln

Geschrieben von Peter von Felbert um 13:50

Sonntag, 12. Juli 2009

Das Gute ist der Feind des Böseren.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 11:11

Freitag, 10. Juli 2009

The happy Church of Avoiding G-schiiss

I'm a member of the happy Church of Avoiding G-Schiiss.
This is eine gut religion. Sie kommt weil wenn es gibt etwas genug auf die Welte it is G-schiiss. G-schiis mit die Wetter, mit die Geld, mit die Frauen, mit die Autocarverkehr, mit die Alcoohool, mit Businesss und uberhaupet. So the Religion of the happy Church of Avoiding G-schiiss simply says dass ist gut wenn vermeiden G-schiiss. Weil: wer braucht? Niemand. Wofur is gut? Nigges. Wem nutzt? Nichtens.
Die Weg of die religion ist einfach sehr. Nur avoiden immer G-schiiss. Pasta. Mehr niggt. Mehr braucht niggt. Vermeiden selber G-schiiss und vor allen Stress. Aufregen fucking bad idea it is. Deswegen immer schoen cool und immer piano. Denn es ist G-schiis zieht G-schiiss an. Und cool hilft. So better tu nigges bevor riskiering G-schiss.
Die Criticen sagt das fatalistic. Avoiding G-schiiss macht leichter den fur die Boesen Leute Menschen People. Aber. Ist nicht die alte Problem von Frage of normative Funktion von religion dies? Dass boes gibt ist kein Grund fur selber boes auch sein. Weil andere boes Mensch maggt Stress und tu G-schiiss und unterdrucken andere Mensch, dieses ist keine Grund fur selber auch machen diese fucking shit of G-schiiss mit diese mit.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:20

Dienstag, 7. Juli 2009

Mal was ganz anderes

Müssen Grappa-Flaschen eigentlich immer so eine blöde, abgefahrene Form haben? Gibts das Zeug nicht in normalen Flaschen? Jaja, weiß schon. Selber schuld, wer trinkt schon Grappa.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 00:16

Montag, 6. Juli 2009

Die Zeiten der Ironie sind vorbei

Alles ist ernst (geworden). Bitter ernst. So ernst wie die Eisschmelze oder das Ende des Öls. So ernst wie Christian Bale in "Dark Knight" oder T4. "Vergesst die Vergangenheit" sagen sie im Trailer. Und es stimmt: Kein comic relief, kein "Hasta la vista, Baby!" weit und breit. Das Töten als harte handwerkliche Arbeit. Echte Kugeln, echtes Blut. Der Vorteil: weniger schlechte Ironie, weniger Relativierung von alles und jedem. Der Nachteil: Man hat nicht mehr das Vergnügen, umgekehrt braucht man sich aber nicht mehr die Mühe zu machen ... der omnipräsente Ernst verarscht sich am Ende selbst.
(nur 30 Sekunden Zeitverschwendung)

Man könnte auch sagen: Schluss mit lustig!

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:56

Sonntag, 5. Juli 2009

Königsplatz

Bei welchen Worten läuft dem echten Münchner ein eisiger Schauer über den Rücken? Staatliche Antikensammlung - aaaah - Pinakothek - grrrr - Glyptothek - aua! Das nicht nur, weil es klingt wie „Apothek“, nein. Schlimmer ist fast nur noch „Bayerische Staatsoper“. Damals haben wir Latein gelernt, ohne zu wissen, dass wir später dadurch das große Latinum unser eigen nennen könnten und Griechisch? Na ja, das gehörte halt dazu damals. Als Humanist. „Den Wahnsinn besingen wir, Göttin!“ mussten wir mit Homers Odysee auswendig lernen. Aber so wahnsinnig, dass wir später die Glyptothek aufsuchen würden? Nein, so verrückt sind wir dann doch nicht geworden. Bis gestern. Gestern früh waren wir eingeladen zu einer Rosenhochzeit. In der Glyptothek. Wenn ihr durch die Propyläen fahrt, das linke Gebäude. Rechts ist die Antikensammlung, wo gerade die Ausstellung „Starke Frauen“ läuft. Na,servus! Ihr müsst durch den Haupteingang zum Cafe. Wie? Wenn die Eintritt verlangen, sagt der sei schon bezahlt von der Rosenhochzeit. Ein Cafe mit Eintritt? In der Glyptothek? Wenn du da mal nicht den Wahnsinn besingst? Aber tatsächlich. Wir wenden uns nach den Propyläen - waren die jetzt dorisch oder korintisch? - nach links in den Haupteingang und dürfen glatt in den Innenhof, wo hinten das Cafe liegt. Wunderbar, herrlich. Eine Oase der Ruhe. Wer da auch mal hin will, muss bloß einen Euro Eintritt zahlen. Dann darf er rein. Aber nicht nach links oder rechts gucken, wo die Statuen stehen, die Köpfe und Satyre vergangener Epochen. Es gibt auch eine Jahreskarte für die Stammgäste für 2,50. Im Jahr. Meckern kann man da nicht, höchstens den Wahnsinn staatlicher Subvention, eine Art moderner Göttin, besingen. Wir saßen da also unter Sonnenschirmen bei Kuchen, Torte, Milchkaffe, Sekt und Wein im Atrium. Und Mineralwasser für mich. Auch einen Blick in die ersten Hallen durfte ich schon wagen. Bis dann eine Frau Doktor Archäologin kam, um uns zu führen. Das war Bestandteil der Feier. Wir Münchener bildeten also eine Touristengruppe für 13 Hallen und Säle. Thematisch gehalten durch Dionysos den Gott des Weins und des Spiels. Dargestellt in diversen Statuen und Fresken. Anschaulich erzählt und längst vergangene Geschichten in Erinnerung bringend. Auch wenn der Aphaiatempel in Ägina damals oder natürlich die Akropolis in Athen irgendwie imposanter aussahen als im Modell. Aber schlecht war es nicht dieses kulturelle Aha-Erlebnis. Ab dem 17. Juli findet übrigens in diesem herrlichen Innenhof der Glyptothek der Theatersommer statt. Zur Aufführung kommt unter freiem Himmel eine Satire von Aristophanes, ein 2.500 Jahre alter Comedian, der heutzutage sein Dasein bei SAT 1 fristen müsste. Mit gedecktem Tische im Dionysischem Sinne, also zum Spiel gibt es Wein und Brot. Das ist ja das Gute an dieser Kultur: Man kann saufen wie ein Elch und gilt dabei noch als Bohemien. Ich gestehe: Ich habe heute zwei Karten gekauft.

Geschrieben von Kai Falkenberg in München um 07:07

Samstag, 4. Juli 2009

Warum nur?

(my goodness, ich hab endlich Batterien für den Translator aufgetrieben)
Alle fragen sich, warum war der King of Pop so seltsam. Die Antwort ist einfach: Um als Musiker ulkig, superzickig oder gewalttätig zu werden, braucht es nicht mehr als öfter ne Übernachtung in einem dieser Drecksmittelklassehotels. Auch die ganze alte Garde - diese Cobains, Viciousse und was weiß ich für Krawallfressen - wahrscheinlich waren das vor ihrer Musikkarriere friedfertige Handlungsreisende in Sachen Biobrei. Aber die Mist-Hotels, in denen sie pennen mussten, haben sie fertig gemacht. Und alle, die böse sind, sind es auch erst in diesen Hotels geworden. Gilt auch für Werber.
Es ist ja auch schlimm. Diese bis in die letzte Schlinge der Auslegware hineingewixten Geruchsreste, Erinnerung an das Bändchen, an dem der Duftbaum hängt, nur intensiver, wie frisches Insektenvernichtungsmittel. Diese gefühlt 14-jährigen Hackfressen am Counter mit ihrem sukkulenten Dienstleistungsverständnis, die ihre Gel-Wix-Frisur scheinbar für businesslike halten. Die Nüsschen an der Bar. Aber vor allem das Design! Wer die Geschmacksgrenzen für Wohnmobile nach unten durchschlägt, darf Hotelzimmer ausstatten. Es ist Wahnsinn! Diese Vorhänge, Tapeten und Teppichböden, dieses durch nichts als den Horror vacui motivierte Formenwirrwarr. Dagegen sind Möbelhausanzeigen eine Erholung. Und die Möblierung hat immer was von Sperrmüll.
Wer da nicht paranoid wird, wird es nirgends mehr. Wenn es wirklich einen Beweis gebraucht hätte, dass es den Leibhaftigen gibt, hier ist er. Hier hat er sein böses Werk als Diskont-Innenarchitekt hinterlassen. Das einzig Beruhigende: Wo so viel Böses ist, muss es einen Gegenpol geben: es gibt einen Gott.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:40

Mittwoch, 1. Juli 2009

Die Gluck

Was ist es die Gluck? (laut lesen)
Viele Formen des die Gluck es gibt (mein junger Padawan). Am besten es ist die Musik. Heute sprecken uber Werbung jedoch. Werbung es ist Gluck weil es ist Sehnsucht. Ohne Sehnsucht welches ist der Mangel an nicht haben was es nicht hat wäre würde es Werbung nicht funktioniert. Und so haben zu wollen ist nur moglich wenn in Selbzeit nicht da. Oder wie willst du Sehnsucht wenn in Selbzeit ist da? Werbung es ist in Ebenenfalls auch mit nicht da. Es ist Selbstversuch zeigt Werbung mit Yogurt was gerade ist gegessen ist reizlos es ist.
Mit slupfrigen Beispiel sprecken: In Bordell ist auch erst zuvor der Willstu grosser als dahinter nach. So Werbung bedingt die ist nicht davon da. So alles du hast ist ein grosses Ungluck du hast. So Werbung du hast ist ein grosses die Gluck fur die Welt. Weil es nicht alles du hast. Was Beispiel glaubst du ist Grenze von Gluck? Mit Geld. Ein Million Geld? Zehn Million Geld? Hundert? Hundert Milliarden Billionarden? Mit alles das Geld nichts es gibt was du dich kaufen du kannst. Die Illusion du bist bescheiden und sagst stopp und ist gut das ist eine die Illusion. Wenn nicht independent du bist dann auch nicht frei. Angefixt bist du haben niemals genug. Immer mehr. Und mehr.
Darum Werbung es ist Gluck. Grossen Gluck. Denn nichts es ist und nur die Sehnsucht und nur virtuell. Darum die Jobsarbeit in die fuck Werbungindustrie ist solch fucking beliebt. Anfixen es ist die Menschen sich selbst. Die Werbung ist ohne Schuldig. Es ist die all dies Leben ist im Weg zu dich selbst. Aber was soll? Alles gut. Alles Gluck.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:48

Dienstag, 30. Juni 2009

Das mit die Werbung is so einfach ganz

Werbung ist wie sprecken. Jeder learnt von Kindersbeinen. Du musst nur können sagen, was du will sagen, dann alles klar. Ehrlick sein.
Heute zutage ist nur alles wird very kompliziert gemacht. Reichtum beispielsweise ist ein fucking piece of machability. Die Leute reden sagen qualität und denken an die Geld. Männer haben aufgehört zu sein verlässlick, Frauen denken ganzy Tag an ihrere Zickigkeit. Du kannst macken ganz egal. Sie immer haben Zickigkeit in ihre mind. Warum? So sie erreichen die Erfolg. Aber was ist es die Erfolg? Es ist nixy nur Reichtum! Und jeder denkt nur daran. Denn das sind die Werte. Ist es darum ricktig? Kunden sind oft auch verlässlick nicht mehr mehr. Du kannst learnen kennen die Leute wenn es geht um die Geld. Ist da es nicht okay mit die Geld wirst sein auch nicht okay alles andere. Eines Tages zuruck ick hatte eine Kunde eine gute Freund ick dachte. Und weißt du? Ick hatte gehabt recht. Ihm war eine gute Freund. Alles mit Geld voll in die Ordnung es war. Wirklick eine gute Freund und eine gute Kunde. Ihm hatte eine Unfallereignis und gefiel in eine Druckmaschine. Bei die blaue Rolle direkt in die Maschinery hinein. Bedauerlick. Findest du nicht einfach heute mehr. Verlässt eine fucking big 404-hole in die Welt.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:05

Samstag, 27. Juni 2009

Neues - diesmal von der dicken Frau

"Es gibt viele gute Grunde, überflüssige Pfunde loszuwerden, doch wenn es um Sex geht, kann eine Frau sie auch behalten." So die letzte "Psychologie heute".
Mit andren Worten, warum auch immer die dicke Frau sich dick findet (und letztlich finden sich ja alle Frauen zu dick) und leidet und abnehmen will - wegen der Realität ihrer Sexualität müsste es nicht sein. Vielleicht hängts mit der Wunschvorstellung zusammen, mit zwei-drei Kilos weniger (oder auch 20-30 Kilos weniger) endlich nicht einfach nur irgendwen, sondern dann eben doch Brad Pitt oder Robert Pattinson ins Bett kriegen zu können. Mag sein.
Dumm ist es übrigens für den dicken Mann. Das hat die Wissenschaft nebenbei auch entdeckt: Der dicke Mann hat allenfalls halb so viel Sex wie der schlanke. Kannste mal sehen.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 15:58

I've seen them all

Ich war auf Kundenseite, ich war auf Agenturseite, ich war auf Kundenseite und jetzt bin ich einfach nur noch Arsch. Und ich kann Ihnen sagen, ich kenn sie alle. Es gibt keine Agentur-Variante, die ich noch nicht erlebt hab. Zum Beispiel:

Kreativagentur aus Hamburg; für nen Brüller auf Youtube würden sie ihre Oma verkaufen; als Kunde braucht man da viel Geld und Geduld und ein gesundes Selbstbewusstsein, denn im Nebensatz bekommt man dauernd reingedrückt, dass man keine Ahnung hat und blöder ist als die andern Kunden der Agentur
Seelenloser Effizienzkönig aus Düsseldorf; deckt mit unglaublichem Einsatz auf, dass die Leute im Winter mehr heizen, und kann doch tatsächlich Anzeigen um 0,2% günstiger einkaufen als Sie
Korinthenkacker mit schwäbischer Gründlichkeit, der selbstverständlich nie NIE ein falsches Komma übersieht - bedauerlicherweise in Texten, die so gründlich langweilig sind, dass sie eh keiner liest
Schweizer Corporate-Design-Agentur, deren Empfehlung darin mündet, nur eine, dafür aber komplizierte Farbe zu verwenden, sowie nur eine, dafür aber hübsch platzfressend weit laufende Typo, die allein für Fließtext und Plakat-Überschriften definiert ist (Kunden, die mehr brauchen, hams einfach nicht kapiert)
Sympathischer, kleiner Tante-Emma-Design-Laden next door, der aus zwei Studienkumpels besteht, die auf ihrer unglaublich geil aufgeflashten Seite Super-sexy-Site den Eindruck erwecken, sie hätten Apple erfunden; es ist ermutigend und toll, dass es auch eine Marktnische für die niedliche kleine GbR hat, die seit 2005 aus Harry und Herbert besteht und mit so lustigen Angeboten wie "Strategieberatung" lockt

Wobei man sagen muss, mit einer Sache haben Harry und Herbert recht: mit dem Vorschlag, einfach mal konsequent eine zeitlang bei einer Sache zu bleiben und eine Linie zu fahren; etwas, das sie im zweiten Semester Design gelernt haben, womit man aber immer noch Vorstände von Dax-Unternehmen in jeder Phase des Insolvenz-Verfahrens verblüffen kann.
(Und dann gibt es natürlich noch die beste Werbeagentur der Welt, keine Frage)
Jede Art Werbeagentur kann was und kann anderes nicht. Wer eine Agentur beauftragen darf und seinen Job versteht, sollte aber wenigstens in der Lage sein, die richtigen Fragen zu stellen, und sollte bei den Antworten gut zuhören; das ist schon mehr als die halbe Miete für eine gut funktionierende Entscheidung. Wenn wir aber über richtig große Werbeagenturen reden, sind viele überhaupt nur deswegen im Rennen, weil irgend ein Schisser im Management mit ihrer Beauftragung die Hoffnung verbindet, sie mögen für ihr Fantasie-Honorar in den zwei Vorstandsterminen, die man eingeräumt bekommt, keine allzu schlimme Scheiße verzapfen.

Geschrieben von Mr. Green in Marketing Denkanstöße um 14:57

Freitag, 26. Juni 2009

King of pop

Thank you for the music, the songs you're singing,thanks for all the joy they're bringing ....

Geschrieben von Mr. Green in Menschen um 09:11

Mittwoch, 24. Juni 2009

I am the slime from the video

Wie wärs denn mal mit ner ganz anderen Casting-Show?
In der Jury sitzt "Mutti", die prototypische Mutter der Nation, und es bewerben sich Tausende junger Bürscherln, die dann so komplizierte Sachen hinkriegen müssen, wie "einkaufen gehen" (mit Einkaufszettel) (und ohne die Hälfte zu vergessen). Nebenbei wird bewertet, ob sie es schaffen, niemand anzupöbeln und sich nicht vor Omis an die Kasse drängeln.
Die Zeit für diese Show ist reif, denn die Fernsehnation ist inzwischen abgestumpft vom Anblick all der Underdogs, die aufsteigen und Helden oder Stars sein wollen, wie langweilig, und dabei recht schüchtern tun, sich eine Menge anhören und stellvertretend für uns alle lernen, dass nur der Erste gut ist, und alles andere Loser sind. Man darf sich von der sympathisch angepassten Schüchternheit der 16-Jährigen bei der Klum oder bei DSDS nicht täuschen lassen. Der Mainstream wird von der U-Bahn fahrenden Stadtjugend gesetzt, die mit für die Einschaltquoten all dieser Camps und Reality-Doku-Soaps sorgt. In diesem medialen Umfeld werden irgendwelche gerade eben ausgenüchterte keine-Ahnung-Kids garantiert zur Sensation, wenn sie versuchen, Mutti eine Tasse Tee zu servieren, um in die nächste Runde zu kommen, wenn sie abwaschen müssen, wenn sie den Müll runtertragen, wenn sie einen graden Satz rausbringen.
"Star" oder "super" ist heute doch jeder Arsch! Die Kunst (und Sensation) besteht doch darin, einfach erst mal lebensfähig zu sein. Auch, wenn das eventuell bedeutet, das Würstchen bleiben zu müssen, das du nun mal bist. Das Märchen von Einem, der auszieht, das Abspülen zu lernen - das ist heute die Sensation.
Die Kritik wird sich natürlich daran abarbeiten, dass am Ende nur einer die Chance hat, den Einkauf auch im richtigen Leben zu erledigen. Alle anderen, bedauerlich, aber so ist es nun mal, müssen dahin zurück, wo sie herkommen.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 21:46

Dienstag, 23. Juni 2009

Tag des öffentlichen Dienstes

Welcher Termin könnte besser sein für mein heutiges Thema. Jawoll, heute ist der Tag des öffentlichen Dienstes. Macht mich ja schon misstrauisch, dass es einen solchen Tag gibt. Jedenfalls musste ich letzte Woche ins Kreisverwaltungsreferat. Das ist in München so ein typischer Never-Come-Back-Bau, als säße Friedrich Nietzsche persönlich vorm Eingang und warte vergeblich auf Einlass beim jüngsten Gericht oder hätte George Orwell dieses Gebäude vor Augen gehabt, als er das Ministerium für Gutsprech 1984 beschrieb. Bei meinem ersten Besuch in dieser Sache kam ich gegen 20 Minuten vor 08:00 Uhr, in der Meinung, es sei noch nicht so voll. Irrtum. Es war voll. Allerdings nicht drinnen, sondern schon draußen vor den Toren. Die öffnen nämlich erst um 08:00. Eine Behörde in einer Großstadt, die erst um 08:00 Uhr öffnet? Da heißt es ja gleich Urlaub nehmen für jeden Gang nach Canossa. Auch die Tiefgarage wurde von einer bis an die Zähne bewaffneten Uniformierten verteidigt als ich um 07:34 Uhr einfahren wollte. Da könnte ja jeder kommen und den kostbaren Parkbeton schon vor 08:00 Uhr abnutzen und in der kalkulierten Lebensdauer deutlich ramponieren. Jedenfalls wurden die Tore um Punkt 8 geöffnet, so dass die 10.000 Wartenden sich gemütlich Tsunami-gleich ins Gebäude stürzen und verteilen konnten. Drinnen fallen die vielen Leute kaum auf. Es ist riesig dieses Dingens. Nur der Info-Point, zu dem man gehen muss, um eine Nummer und ein Formular oder mehrere zu ziehen, wird umlagert als würde die Hofpfisterei ihre Brotpreise schon morgens halbieren. Jedenfalls, ich schweife ab, sollte ich beim nächsten Besuch nur an der Kasse den fertigen Ausweis abholen kommen. Jetzt mein nächster Besuch. Direkt schon schlau kam ich so, dass ich um 08:01 ins Parkhaus einfahren konnte und direkt in den 1. Stock durchmarschierte. Komisch, es kam mir so leer vor plötzlich. Also nicht leer, sondern leer, still, mucksmäuschen. Aber meine Uhr zeigte 08:05 Uhr, morgens, MEZ. Der erste Info-Point war geschlossen. Auch der nächste. Keine Leute! Himmel, was ist passiert? Da, die Kasse! Tatsächlich drinnen sitzt eine gelangweilte junge Frau mit gelbrotenlila Haaren. Aber keine Leute. Ich sage also, dass ich meinen Ausweis abholen möchte. Antwort: Da brauchen Sie einen Laufzettel. Ich: Ich wollte nur meinen Ausweis abholen. Da brauchen Sie einen Laufzettel. Ich: Was ist das? Ich möchte nur meinen Ausweis abholen. Es hieß, ich brauche nur zur Kasse zu kommen. Antwort: Einen Laufzettel, den bekommen Sie bei den Kollegen hinter dem Info-Point. Aber heute ist zu, versetzte sie mir den Todesstoß. Heute ist für den öffentlichen Verkehr geschlossen. Ich: Wie? Zu? Es ist Mittwoch. Morgens. 08:15 Uhr MEZ. In München. Weltstadt mit Herz. Mit zu allem entschlossenen Schritt ging ich um die Ecke zu meinem geschlossenen Info-Point. Tatsächlich. Ganz hinten, in einer Reihe Formulare, unsere Öffnungszeiten, mittwochs für den Publikumsverkehr geschlossen. Todesmutig ging ich an die Tür, vor der ich schon vor vier Wochen auf Einlass hoffte. Sie war offen. Drinnen saß ein Mann, ein Mensch. Jemand, der arbeitet. Ich denke, er erkannte mich, obwohl ich bei seiner Kollegin gewesen war. Jedenfalls interpretierte ich so seinen überraschten Ausdruck am Mittwochmorgen mit plötzlichem Publikumsverkehr. Er hatte wohl vergessen, seine Tür von innen abzusperren. Bevor er etwas sagen konnte, fragte ich ihn, ob es stimmt, dass hier tatsächlich zu ist an einem Mittwoch. Ja, meinte er, schon immer. Für interne Zwecke. Postverkehr und so. Wie früher der Friseusenmontag scherzte ich. Er fragte, was ich hier wolle. Jetzt kommt's dachte ich. Na, ja. Meinen Ausweis abholen. Leider, sagte er. Ob ich morgen um 08:00 nochmals kommen könne. Ich kann dann gleich bei ihm reinkommen, ohne zu warten. Als ich überlegte (ich war mir nicht sicher, ob ich morgen Zeit haben würde), meinte er noch. Moment Mal. Ich schau mal, ob ich da reinkomme. Am Mittwoch. Er gab verschieden Adressen in seinen PC ein. Ich bin drin, triumphierte er. Jetzt muss ich schauen, ob Ihr Antrag durch ist und dann einen Barcode drucken. Damit bekomme ich Ihren Laufzettel und dann… Ehrgeiz hatte ihn gepackt. Jetzt lag es an mir, still zu sein. Die Magie des Augenblicks nicht zu zerstören. Nach einigen Minuten, hörte ich ein: So! Und ein Drucker sprang an. Er strahlte: Hier ist Ihr Laufzettel. Gehen Sie zur Kasse und holen Ihren Ausweis ab. Jetzt! Die Rotgelblilane gibt mir keinen Ausweis, wandte ich ein. Er rief dort an: Gleich
kommt Herr F. Gibst Du ihm seinen Ausweis? Bitte sehr. Ich ging zurück zur Kasse, schob meinen Laufzettel durchs Panzerglas und erntete eisige Blicke und einen neuen Ausweis. Ungläubig ging ich zurück, um mich bei Herrn - ich nenne ihn jetzt einfach mal: Engel - zu bedanken. Er meinte nur: Gern geschehen. Ganz betäubt von diesem Erlebnis schwebte ich hinunter durch Menschen leere Korridore in die ebenso leere Tiefgarage. Ab sofort lasse ich nie wieder irgend etwas auf den öffentlichen Dienst kommen. Der hat ab sofort wieder was gut bei mir. Kurz überlegte ich noch, meinen Parkplatz zu kehren. Was soll man dazu sagen? Ich plädiere ab sofort für den „Tag des öffentlichen Verkehrs". Aber nicht, dass jetzt alle nur noch am Mittwoch kommen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in München um 18:18

Montag, 22. Juni 2009

Aufwandsproblematik

Ein gängiges und funktionierendes Geschäftsmodell der Vergangenheit basierte auf dem Aufwandsprinzip. Man konnte seinen Umsatz und Ertrag dadurch steigern, in dem man den Kunden möglichst viel Aufwand verkaufte. Somit musste man die Fähigkeit erlernen, Aufwand zu verkaufen. Jede Mücke musste man zu einem Elefanten aufblasen können, denn nur so kam man an das gute und viele Geld. Da wurde nicht repariert, sondern gleich was neues angedreht. Gerade Architekten und Werber können davon ein Lied singen, warum man die Budgets ständig überschritten hatte und innerhalb dieser, möglichst komplexe und komplizierte Umsetzungen platzierte. Aufwand hieß, Geld verdienen. An Lösungen war da noch nicht zu denken. Aus diesem Bewusstsein erwachen nun langsam immer mehr, denn die gewünschte Wirkung blieb in der Regel aus. Kein Wunder, wenn etwas so kompliziert ist. Das Umdenken weg vom Aufwand, hin zur Lösung, die nicht budget- sondern zweckgebunden ist, sondern an die Wirkung, findet nun statt. Und siehe da, es entsteht eine erfolgreiche parallele Wirtschaft, die mit der Aufwandswirtschaft nicht zu tun hat. Und das allerschönste – sie funktioniert.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 19:14

Verantwortungsproblematik

Es galt und gilt als Errungenschaft, wenn wir Verantwortung abgeben können, egal ob an den Sicherungskasten, an FI-Schalter, an Rauchmelder, an Airbags und so weiter. Wohin man sieht, sind Systeme entstanden, die uns der Verantwortung entheben. Diese Errungenschaft hat wie viele ein neues Problem gleich im Gepäck. Wenn uns an allen Ecken und Enden die Verantwortung als Entlastung abgenommen wird, dann fühlen wir uns auch nicht mehr verantwortlich. Und dann verhalten wir uns auch nicht mehr verantwortlich. Dieses schädliche gesellschaftliche Verhalten kann man überall beobachten. Das führt dazu, dass jeder davon ausgeht, dass man selbst nicht verantwortlich sein muss. Und deshalb auch unverantwortlich handeln kann. Somit muss man resümieren, wir haben für eine Art von Fortschritt das Bewusstsein für Verantwortung verloren und genau so gehen wir mit den Dingen unserer Zeit um. Somit hieße es im Umkehrschluss, man müsste diese ganzen Sicherungssysteme wieder abbauen, damit man wieder Verantwortung lernt und sich verantwortlich fühlen muss. Verantwortung ist eben kein Reflex oder etwas angeborenes, es ist eine Frage der Entwicklung. Und die läuft in der Frage in die falsche Richtung.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 19:13

Dienstag, 16. Juni 2009

Neues vom dicken Mann

Dicke Männer gehen in die Tiefe. Also nicht Höhe, sondern Tiefe, so wie "Höhe x Breite x Tiefe". Und dicke Frauen gehen in die Breite. Ist mir im Schwimmbad aufgefallen.
Ich red nur vom Äußerlichen. Innerlich sind ja alle dick. Entweder wirklich oder eingebildet oder sie haben Angst davor oder sie sind zwar äußerlich nicht dick (noch nicht), befürchten aber, dass nach dem nächsten Tomatensalat die Sitzmöbel unter ihnen zusammenbrechen. Es ist übrigens egal, wie dick jemand ist. Dicksein ist digital (dickital, haha): An - Aus, entweder man ist es oder nicht, und eigentlich sind es alle. Das Wort "Diät" ist sogar noch bekannter als das Wort "Penisneid". Und das ist es ja, was meines Erachtens dahinter steckt: Penisneid. Ich bitte Sie! Dick? Das kann doch nur ein Mann sein. Und wenn Frauen das auch haben wollen, was ist das dann? Na? - Na also. Sag ichs doch. Ich kenn meinen Freud.
Na, jedenfalls: Frauen gehen prozentual mehr in die Breite, man sieht vor allem von vorn und hinten, dass sie dick sind, also ganz besonders von hinten. Und bei Männern sieht mans besonders von seitlich. Trommelbauch. Warum übrigens ein Nichtbierbauch ausgerechnet Sixpack heißt, kann mir auch keiner erklären.
Deswegen ist Sylt so beliebt. Wegen dem breiten Strand und dem Meer. Niemand stößt mit dem Bauch irgendwo an. Traumhaft. Im Ernst, da reden zwar immer alle vom dicken Fell und so, aber das ist auch nicht schön, wenn man dauernd vom nächsten Gartenzaun, von der Möbelkante oder vom Einkaufswagen angepufft wird, wirklich nicht. Wenn man übrigens aufmerksam hinsieht, merkt man, dass Frauen sich immer mit der Seite zum Meer präsentieren, Männer immer frontal (machen einen auf Hochseesachverstand). Wahrscheinlich, damit das Meer nicht gleich sieht, was mit ihnen los ist.
Nächste Woche mehr davon. Da erklär ich dann, wieso Reißverschlüsse nach der Zipp-Technik benannt sind, und was es damit auf sich hat, dass man Großes dahinter ganz klein verstecken kann.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 01:02

Montag, 15. Juni 2009

Und da fährt er hin, der Zug der Entwicklung

Kleine Systeme haben den Vorteil, dass sie an der Spitze der Entwicklung sein können. Große Systeme hingegen haben den Nachteil, dass sie Entwicklungen weit hinterher laufen müssen.In Konzernen ist oft der Fall, dass die eingesetzte und verwendete Technik völlig veraltet ist, so auch die Programme, Treiber, Applications – einfach alles. Große Systeme können in der Entwicklung nicht mehr vorne dabei sein und mitspielen. Kleine Systeme können das, solange sie klein sind und bleiben. Sobald sie die kritische Größe überschritten haben, ergeht es ihnen wie allen anderen großen Systemen.Somit liegt hier eine große Chance vor uns. Wir müssen uns nach und nach von den Großen verabschieden, denn es entstehen unglaublich viele neue kleine Systeme, die alle vorne mitspielen können und nicht mehr allem und jedem hinterher laufen müssen.Rüsten Sie mal bei einem Unternehmen mit 10.000 Mitarbeitern die Arbeitsplätze, das Homeoffice und die Wireless Option auf den neuesten Stand auf. Erstens geht es nicht und zweitens ist es zu teuer.Kleine Systeme gehen einfach morgen in den Laden oder laden jetzt das Notwendige online herunter, technologisches Entwicklungsupdate und Upgrade ist sofort verfügbar. Und schon ist man weiterhin vorne dabei. So ein Arbeitsplatz in einem Konzern sieht auch aus technologischer Sicht erbärmlich aus. Was da für Rechner unter dem Tisch vor sich hin brummen, kleine flackernde Monitore und Lüftungsventilatorengeräusche. Langsam. Träge. Voller Tücken. Und auf einem Stand, der mal vor sechs oder zehn Jahren kurze Zeit aktuell war. Die Spitze der Entwicklung ist nicht da, wo alle hinsehen und wo sie sich alle in den Vordergrund drängen oder gedrängt werden. Sondern die Spitze ist nicht sichtbar. Die kleinen Systeme sind vorne und kaum einer weiß es. Das Internet könnte für viele Unternehmen das Schlüsselmedium werden. Eigentlich ist es das schon. Ich will mich mal höflich ausdrücken. Warum eigentlich? Stimmt! Wer das Internet nicht als das Schlüsselmedium einsetzt, der läuft der Entwicklung nicht nur hinterher, sondern der hat den kompletten Zug verpasst. Eventuell für immer.In großen Unternehmen können die meisten von der modernen Entwicklung nicht profitieren. Wer das erkannt hat, ist privat besser ausgestattet als am Arbeitsplatz. Das wäre so, als würde man von der Firma einen Golf 3 bekommen und privat einen nagelneuen Mini fahren.Die Notwendigkeit ist denen nicht bewusst. Warum auch? Wie auch? Leben sie doch in einer Welt, die ohne das alles auskommt, die aus der Entwicklung schon seit Jahren ausgestiegen ist. Fragen Sie doch mal eine Führungskraft, was ein Browser ist oder eine Application oder ein Plugin. Was Skype ist oder Serendipity oder eine IP-Adresse oder auch mal, was der PageRank ist, der Alexa Rank, was man bei Technorati findet, was man bei ted.com entdecken kann, was Redaktionssysteme sind, Firefox oder WLAN oder ein Forum oder ein Blog oder 1 Terrabyte bedeutet, wieviel Gig auf ein iPhone passen, was der Unterschied zwischen ADSL und SSDL ist, was Flash ist, und ein Java Script, oder CSS, PHP und HTML, was über eine Mrd. verkaufter Apps in nur 6 Monaten bedeutet, MP3, RAW Dateien, Link-Popularität... Ich höre jetzt besser auf. Sonst springt noch einer aus dem Fenster – bzw. Window. Da liegen unglaubliche Chancen vor uns, und genau diejenigen, die diese dringend brauchen, einsetzen und nutzen könnten, denen bleibt diese Welt verschlossen, weil sie einen Explorer 5.0 haben. Und weiter haben werden. Das ist schon eine verrückte Welt. Wenn auch Sie nur spanisch und Bahnhof verstehen, dann, dann, dann... machen sie was. Und zwar sofort.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 16:23

Gemeinschaftsproblematik

Der Einzelne und die Gemeinschaft. Ein schönes Sprichwort sagt, dass in einem Wassertropfen die ganze Idee des Meeres enthalten ist. Ebenso verhält es sich bei uns Menschen mit einer Zelle, in der die ganze Idee des Menschen enthalten ist in Form der DNA. Und ebenso verhält es sich mit dem Menschen, der als Individuum die Idee der Gemeinschaft darstellt. Aber wir verhalten und leben nicht danach. Wir fügen uns nicht mehr zu einem Meer zusammen, sondern bleiben als Tropfen zurück. Die Gemeinschaft ergibt einen natürlichen Sinn. Gemeinsinn. Gemeinsamkeiten. Verbindungen. Interessen. Verbundenheit. Einheit. Vertrauen. Und vieles mehr, das dem Individuum das gute Gefühl gibt, eine Zelle in einem funktionierenden Organismus zu sein. Dieses wichtige Gemeinschaftsgefühl hat sehr gelitten. Wir ziehen das Leben als Tropfen, als einzelne Zelle vor. Die Zahl der Singlehaushalte steigt unaufhörlich. Somit muss man resümieren, wir verlieren den Gemeinschaftssinn und gewinnen nichts dafür hinzu. Dieses Problem zeigt sich vor allem da, wo wir für andere denken und fühlen müssen. Das können wir immer weniger. Deshalb können wir nichts mehr für andere machen, sondern nur noch für uns selbst. In der Hoffnung, dass dies bei anderen Anklang findet. Was es immer weniger tut.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik,

Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 16:00

Freitag, 29. Mai 2009

Hin zur freien und sozialen Machwirtschaft

Machen. Einfach machen. Das Ziel vor Augen, die Vision im Hinterkopf und dann einfach losgehen und loslegen. Der richtige Weg zum Ziel in Richtung Vision entsteht beim gehen, nicht beim stehen. Meine Mischung aus brutaler Ungeduld und konstruktiver Faulheit hat einen explosionsartigen Charakter geformt. Einen, der am liebsten macht. Denn wer sich im Machen befindet, befindet sich in Bewegung. Somit ist das Machen das beste Mittel gegen brutale Ungeduld und konstruktive Faulheit. Ich plane nicht, wie ich eine Küche aufräume, sondern ich mach das einfach. Ebenso geht es mir tagtäglich bei der Arbeit. Die Planungszeit ist die kürzeste und mehr eine Abstimmung, in welche Richtung jeder einzelne geht, damit wir gemeinsam am selben Ziel an- und rauskommen. Die Idee im Kopf hat eigentlich keinen Wert, die Umsetzung dagegen ist um so wertvoller. Sogar die falsche, denn diese zeigt einem den Weg zur richtigen Umsetzung. Theoretisch kann man mit dem Finger auf dem Globus um die Erde reisen. Praktisch hat das aber nichts mit der Realität zu tun. Das Planen hat das Machen in unserer Gesellschaft bei weitem überflügelt. Die Masse der guten Pläne ist unglaublich groß. Noch beeindruckender ist die Quote des Scheiterns, die weit über 80% liegt. Dabei waren alle Pläne so gut durchdacht. Wie kann das passieren?Es passiert, weil der Plan nur die Richtung vorgibt. Er gibt keine Ergebnisse vor, sondern die entstehen beim Machen und müssen dann umgehend in den weiteren Überlegungen Berücksichtigung finden. Denn der beste Weg ist nicht der kürzeste, der schnellste oder der einfachste. Sondern der beste Weg ist einfach der, der zum Ziel führt. Und der ist, wie er ist. Das Ankommen am Ziel steht in meiner Welt weit im Vordergrund. Und ankommen kann ich nur, wenn ich mich ständig auf das Ziel zu bewege. Und das kann man nur bei Machen. Jetzt kann bekanntlich nicht jeder machen. Es sind dann doch nur wenige, die am liebsten machen. Wesentlich mehr machen lieber mit. Und der überwiegende Teil wundert sich, was die anderen da machen. All diese drei Gruppen sind aber eng miteinander verbunden, hängen voneinander ab. Jeder Macher liebt es, wenn er Menschen davon überzeugen kann, bei seiner Idee mitzumachen. Und diese beiden Charaktergruppen lieben es geradezu, dass alle anderen sich wundern. Nur die Trennung der Gruppen ist wichtig und dass jeder lernt oder irgendwann weiß, zu welcher der drei Gruppen er gehört. Denn nur da kann er erfolgreich und glücklich werden. Es ist völliger Blödsinn, dass es für viele ein Ziel ist, „Macher“ zu sein, wenn sie es eigentlich nicht sind. Denn das geht völlig in die Hose, wie man gut in unserer Gesellschaft beobachten kann. Was wäre Beckenbauer ohne Schwarzenbeck geworden? Die Beispiele sind unzählig und sie sind beeindruckend, wie wenig wirkliche Macher wie viel bewegen, verändern und leisten können. Und alle anderen profitieren davon. Wenn man das berücksichtigen würde und man „Macher“ machen ließe, anstatt diese mit sinnlosen Planungsspielen völlig in die Irre zu treiben, dann wären wir auf dem besten Wege zu einer „Leistungsgesellschaft“, die Leistung in den Dienst der Gesellschaft stellt. Eine Gesellschaft, in der alle wesentlich mehr von den wenigen Leistungsträgern profitieren würden. Aber wir verknüpfen historisch „Macher“ mit einer Art von Menschen, die mit dem eigentlichen Sinn des Begriffs nichts zu tun haben. Macher zerstören nicht, sondern lassen entstehen und teilen gerne. Macher sind dankbar, dass die Richtigen mitmachen und dass alle, die sich wundern, dann doch begeistert sind.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:16

Donnerstag, 28. Mai 2009

Teamproblematik

Wir sind ein Team. Wie oft sind diese Worte gefallen, ohne nur den Funken einer Reaktion auszulösen. In einer Welt voller Egoisten hat sich der Begriff in seiner Funktion gewandelt. Teamfähigkeit ist zusammengeschrumpft auf den reinen Nutzen, Nutzen für den Einzelnen. Somit ist Teambildung nur dann möglich, wenn der mögliche Vorteil durch das Team um vielfaches größer wird, als durch einen selbst. Nur der rationale und numerische Vorteil lässt so etwas wie Teams entstehen. Sonst sind Teams kaum noch anzutreffen. Dabei ist das Team, die Gemeinschaft in Altdeutsch, die Grundlage und die Voraussetzung dafür, dass der überwiegende Teil dessen, was wirklich erstrebenswert ist, überhaupt zu erreichen ist. Das Team ist der Schlüssel zu weitaus mehr, als der Einzelne zu leisten im Stande ist. Somit beschränkt die Wirtschaft sich kolossal, wenn sie nicht mehr teamfähig ist. Dabei geht es nicht um elf Freunde, das ist absurd, sondern um eine menschliche Konstellation, die dazu führt, einen Multiplikationseffekt auszulösen. Die Gemeinschaft erzeugt ein Ergebnis, das um ein Vielfaches größer, besser und schneller erzielt werden konnte, als der Einzelne es alleine erzielt hätte. Dieses Prinzip ist eines der Grundprinzipien für Erfolg, das sich geradezu verflüchtigt hat.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:35

Dienstag, 26. Mai 2009

Das arme Geld

Es gibt viele Hinweise, dass sich die große und ganze Gesamtglobalblödheit aus lauter Mikroblödheiten zusammen setzt. Aktuelles Beispiel: der Werbespruch irgendeiner Versicherung oder so. "Wir kümmern uns um Ihr Geld als wäre es unser eigenes." Au Backe, nee Leute, bloß nicht.
Habt ihr nichts dazu gelernt, Werbedeppen? Strategen? Spaßvögel? Ihr sagt, dass ihr so tut, als wär mein Geld euer Geld? Ihr spinnt.
Also erstens mal habt ihr keinen Schimmer, wie ich mich um mein Geld kümmere. Ich gebs nämlich aus. Ich mag Geld nicht, ich mag lieber ein Bier. Ich kaufe Eis für die Kinder, Konzertkarten, was Hübsches, ums auf den Fernseher zu stellen (Buch zum Beispiel), oder ne hübsche DVD, nen neuen Segway und, wenn ich mal viel gute Laune hab und großen Max spielen will, fahr ich nach Sylt, ich kenn da eine Tankstelle, die ist immer richtig geil ein paar Cent teurer als anderswo, und lass mir den Tank mit teurem Benzin vollaufen. Würdet ihr das auch mit meinem Geld für mich machen? Nee oder? Na also!
Und zweitens haben wir ja gesehen, was passiert, wenn ihr glaubt, das Geld eurer Kunden gehört euch.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 09:52

Sonntag, 24. Mai 2009

Ich hatte mal einen Freund

Eventuell war es auch keiner. Nur ich dachte, es wäre einer. Aber vielleicht war es doch mal ein Freund. Jedenfalls würden nun beide sicher unterschreiben, dass wir diesen Level verlassen haben. Warum? Einfach ausgedrückt: Geld! Am Ende geht es um Geld, wie so oft. Und da hört bekanntlich für viele die Freundschaft auf. Bei mir fängt sie im Gegensatz dazu an. Warum schreibe ich das? Weil ich einen Missstand beschreiben will. Es gibt Menschen und das sind nicht viele, die sind mit der simplen Botschaft ins Arbeitsleben geschickt worden: Hast du was, bist du was. Somit verfestigte sich der Eindruck und die Überzeugung, wenn man genug Geld hat, dann hat man viele oder sogar alle Freiheiten, von denen man geträumt hatte. Und so ging man dann die Sache an, auf dem Weg zur Freiheit die Abkürzung über den Reichtum nehmen zu wollen. Und so als junger Krieger ist man zu vielem bis allem bereit, um dieses Ziel auch zu erobern. Man setzt alles ein, was man hat. Die Zeit, die Kontakte, die Energie und alles andere, was dazugehört auch. Am Anfang waren wir viele mit demselben Ziel. Und so unternahmen wir alles, was uns diesem Ziel näher brachte. Einige fielen irgendwann ab, aus welchen Gründen auch immer. Andere zogen weiter und weiter.Die Menge derer, die weiter auf das Ziel hoffen durfte, wurde kleiner und kleiner. Aber die machten unaufhörlich weiter, immer im sicheren Glauben, auf dem richtigen Weg zu sein. Genau an dem Punkt kam mir eines Tages ein Gedanke in den Kopf. Die Opfer, die ich bringe, stehen in keinem Verhältnis zum Gewinn. Und umso mehr ich erreiche, umso unfreier werde ich. Nennen wir es mal zwei Killeraplikationen auf dem Weg nach oben.Plötzlich stand ich da in einer Schlacht, die es für mich nicht mehr wert war zu schlagen. Plötzlich stand ich da neben Kriegern, die bis vor kurzem meine engsten Vertrauten waren und plötzlich war deren Gegenwart für mich nicht mehr erstrebenswert. Ganz im Gegenteil. Meine Überzeugung sagte mir, dass der Weg zu mir selbst und zur Freiheit ein anderer ist. Er ist meiner, mein eigener, den ich nur ganz allein gehen kann. Somit wechselte ich die Seiten. Legte die Selbstlügen, die Waffen und alles andere beiseite und ergriff meine Mittel der Wahl. Nicht sofort. Nicht konsequent. Nicht konstant. Aber im Laufe der Zeit immer mehr und mehr. Somit war klar, dass die Freunde von damals sicher nicht mehr die Freunde meiner Zukunft sein werden, denn das Missverständnis und das Unverständnis waren unüberwindbar. Und ich wollte mich auch nicht erklären oder andere angreifen. Dieser Kampf war mir ein Greuel geworden. Ich wollte meine Ängste und meine Befürchtungen gegen Zuversicht eintauschen und ich war bereit, Wohlstand gegen Freiheit einzutauschen.Auf dem langen Weg zu mir ist mir natürlich viel widerfahren und begegnet, nicht nur schöne Aspekte. Aber auch das Scheitern habe ich ertragen, um danach besser zu scheitern. Und noch besser zu scheitern, damit irgendwann das Scheitern ein Ende hat. Nun bin ich unlängst an einem Punkt angekommen, wo ich förmlich spüre, dass alle Bemühungen, alle Investitionen, alles sich gelohnt hat. Ich bin umso viel freier, als ich damals war, dass ich manchmal weinen könnte vor Glück. Mein ehemaliger Freund ist auf seinem Weg geblieben. Er hat alles unternommen und versucht, um über den Wohlstand einen Status von Freiheit zu erreichen, von dem man nur träumen kann. Dieser Plan hat sich nicht erfüllt. Er ist eingebunden in Zwänge, die ich keinen Tag aushalten würde. Er hat sich eine Welt von Verpflichtungen geschaffen, unter deren Last ich sicher zusammenbrechen würde. Er zahlt für das, was er unter Freiheit versteht, einen verdammt hohen Preis. Höher, viel höher als das unglaubliche Geld, das er verdient. Sein Leben ist voller fauler Kompromisse, voller schlechter Diplomatie und alles wird gerechtfertigt durch das Geld, das er verdient und das Leben, das er damit anderen ermöglicht. Somit kann man sagen, wir haben uns entfernt, weit voneinander entfernt. Wir sprechen nicht mal mehr dieselbe Sprache. Es liegt noch viel mehr belastend über unserer Freundschaft, aber dafür ist hier nicht der Raum und der Rahmen, sondern ich wollte dieses Beispiel aus meiner Lebenserfahrung nur niederschreiben, um zu verdeutlichen: Mach dein Ding. Und glaubt mir, Freiheit kann man sich ebenso wenig kaufen wie Liebe. Beides muss man sich verdienen. Somit tun sie mir alle nur leid, die vielen, die so erpicht sind auf eine grandiose Karierre. Deren Vorstellungen, was man mit viel Geld so alles erreichen und machen kann, so falsch sind. Ich finde viel Geld wunderbar, aber die Frage bei diesem Geschäft ist: Was ist der Preis dafür? Und da sollten viele besser mal das Kleingedruckte des Lebens lesen und Goethes Faust. Der Deal geht nicht auf. Deshalb ist die Gier auch so groß, vor allem die Habgier. Weil die Befriedigung ausbleibt, muss die Dosis immer weiter erhöht werden, bis sie dahin führt, wo Überdosis immer hinführt. Es sind Ziele einer alten Gesellschaft und Ziele unserer Eltern. Es sind nicht unsere Ziele. Sogar die Werkzeuge sind veraltet. Somit können diese Menschen ruhig das ganze Geld haben, denn sie haben nicht das, was sie eigentlich gesucht haben. Das ganze Geld, die ganzen Dinge, alles das bringt einen vom eigentlichen Ziel nur ab. Aber das kann man keinem erklären, da muss man selbst draufkommen. In diesem oder vielleicht in einem nächsten Leben, wenn es das gibt.Manchmal frage ich mich, ob dann doch alle im Alter, auch im hohen, hinter das Geheimnis der Freiheit kommen. Dass Freiheit nicht bedeutet, was man sich alles nehmen, vor allem herausnehmen kann, sondern dass Freiheit vor allem daraus besteht, was man nicht tut. Was man sich nicht herausnimmt. Ich glaube nicht. Ich bin mir nicht sicher. Ich für meinen Teil haben keinen Freund verloren, sondern mein Leben gewonnen. Und der Preis dafür war wesentlich geringer, als man denken würde. Das ist so, wenn man auf der anderen Straßenseite des Lebens steht. Jeder glaubt natürlich, seine ist die schönere, egal, wie er sich im Inneren dabei fühlt. Der Schein ersetzt

eben oft das Sein. Aber etwas sagt mir, dass dieses Leben gegen die Vernunft, gegen den logischen Menschenverstand, gegen die eigene Intuition, sich böse rächt. Also, sagen wir mal so, ich hatte das Gefühl, dass es so kommen würde. Deshalb bin umgedreht oder abgebogen. P.S. Keine Angst, ich habe noch einen Freund. Oder Zwei. Oder Drei. Es sind nicht viele. Aber die Zeit zeigt, es sind Freunde.
Anmerkung: Ich habe diesen Beitrag vor einiger Zeit geschrieben und im System unter Entwurf liegen lassen. Peter hat ihn aus Neugierde gelesen und mich mehrmals gebeten, ihn doch bitte zu veröffentlichen. Denn er hat für ihn selbst darin einige wichtige und wesentliche Aspekte entdeckt, mit denen er sich total identifizieren kann. Und wenn ein Freund einen Bittet, dann macht man das.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 10:58

Samstag, 23. Mai 2009

Ich war auch schon immer für Völkerverständigung

Mein Bruder macht Kunst. Schön kontrovers, richtig sauteuer und nichts, was man sich nachher hinstellen kann. Als er beim Bund war, haben sie ein weißes Kaninchen am Boden festgebunden und dann aus 4 Kill-o-metern Entfernung mit der Bordkanone vom Leo draufgehalten, bis es einer volley "(...)"* hat. *Sie wissen schon
Ich find sowas nicht gut, weil: Es ist nicht gut, wenn Kaninchen zu Schaden kommen. Ich hab ihm gesagt, sie sollen wenigstens Musik dazu spielen. "Schön ist es, auf der Welt zu sein", zum Beispiel. Kommt super über die Bordlautsprecher, und für das Kaninchen wird der Abschied auch leichter.
Die Bordlautsprecher im Leo sind spitze, astrein, echt Qualität. Mann muss sich vorstellen, dass da ne Milan in den Panzer reinrauscht, und dann dürfen die natürlich nicht sofort kaputt gehen, die Lautsprecher. Die Vorstellung der Konstrukteure ist: Man fährt mit dem Leo auf den Dorfplatz und fordert alle zur Kapitulation auf. Oder man sagt den Demonstranten, sie sollen weg gehen, schön langsam, und ihre Kumpels auch erst mal liegen lassen. Natürlich nicht bei uns, wir sind ja demokratisch. Aber im Ausland teilweise.
Weil, der Leo ist ja ein Riesen Exportschlager, und im Ausland verstehn die Ordnungskräfte teilweise echt keinen Spaß. Und mir eigentlich nicht ganz klar, was diese Exportbeschränkungen sollen. Das wär soo gut für die deutsche Wirtschaft. Eine Umweltprämie für jeden neuen Leo! Wir könnten schwimmen in Geld, man könnte die unbeschäftigen Jungs von Opel mit einbeziehen, hach, noch viele Jahre lang wären wir Exportweltmeister.
Außerdem möcht ich zu gern wissen, durch wie viele Häuser man mit dieser Bordkanone durch kommt. So! Der Spieltag beginnt. Was mich jetzt schon quält, sind morgen ggf. Bams-Wortspiele mit "Felix, dem Glücklichen" und so, usel!

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 15:15

Freitag, 22. Mai 2009

Das note blogbook three ist da.

Auch in diesem Jahr gibt es die Sammlung meiner Gedanken, Ausführungen, Überlegungen, Attacken, Entdeckungen, Erklärungsversuch und Beschreibungen. Die gesammelten Reflexionen eines Jahres. Wieder sind es über 180 Seiten geworden. Die Schrift mal wieder einen Ticken zu klein. Aber dann passt mehr rein. Wer meine Gedanken nicht immer Online nach verfolgen kann, kann dies nun wieder in Form des Taschenbuches note blogbook three. Bekommt man hier, oder bei Amazon.

Eine kleine PDF Leseprobe gefällig? Kein Problem: note blogbook three Lesebrobe.

Geschrieben von Christof Hintze in note blog book um 09:59

Donnerstag, 21. Mai 2009

Alles Käse, oder was?

Ich versteh die ganze Aufregung nicht. Künstlicher Käse! Na und? Nachdem inzwischen schon der Alkohol nicht mehr echt ist, Geld nicht, Brüste nicht, und nachdem wir uns mit Werbeersatz, Authentizitätsersatz, Ehrlichkeitsersatz und Monsanto abgefunden haben, ist das doch grad auch schon egal.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 13:32

Neueste Studie: Dicke Männer doch nützlich!!

Vor längerer Zeit wurde an dieser Stelle aus der Forschung berichtet. Tenor der Ergebnisse damals: Dicke Männer sind zu nichts nütze, ein Fehlschlag der menschlichen Entwicklung, eine Sackgasse der Evolution.
Neuere Forschungsergebnisse relativieren das jetzt. Dicke Männer sind unter Umständen doch nützlich, sogar sehr nützlich. Als Opernsänger. Viele Tenöre und Bässe sind dick und trotzdem beliebt.
Woran man unbedingt arbeiten muss, ist die Länge der Opernaufführungen. Nicht aus den Gründen, die in diesem Unternehmensberater-Witz genannt werden, dass es ineffizient ist, wenn die Bläser nochmal die gleichen Noten spielen, die vorher schon die Streicher hatten. Nein, einfach, weils nervt. Opernaufführungen sind zu lang. Und wenn wir mal ehrlich sind: die Musik ist manchmal garnicht so toll wie immer alle sagen.
Wär mal ein interessantes Experiment, wie stark man eine Oper verkürzen kann. Reduktion! Eine Sekunde wäre etwas knapp. Alle Akteure müssten auf der Bühne stehen, die Zeit, in der der Vorhang hochgezogen wird, zählt nicht mit.
In einer Sekunde muss also der Herzog seine Frau lieben und wird dann von seinem verräterischen Diener, dessen Eltern er vor Jahrzehnten in Anatolien umgebracht hat, als Rache hintergangen: Der Diener erzählt der Frau, dass der Herzog todkrank ist, ihr nur nichts erzählt, weil er so feinfühlig ist, und nur gerettet werden kann, wenn sie nachts den schleimigen Graf Sowieso aufsucht, um das einzig rettende Medikament zu bekommen. Sie macht das natürlich (dumme Nuss), wird dabei vom Herzog erwischt, den der Diener inzwischen mit dem Hinweis, dass die Frau fremdgeht, vor die Burg des Grafen gelockt hat. Der Herzog bringt seine Frau um, merkt jedoch, nachdem sie ihm noch kurz ihre Liebe beteuern kann, dass er getäuscht worden ist. Er bringt den Diener und den Grafen um, und am Ende sich selbst. Der Diener erkennt noch, dass nicht der Herzog, sondern der Graf seine Eltern ermordet hat, tragisch, tragisch, und bringt sich in der verbleibenden Zeit, in der er wegen des Stichs, den ihm der Herzog versetzt hat, verblutet, mit seinem eigenen Messer um. So ungefähr. Erstaunlich an vielen Opern ist, dass sie im Orient spielen. Die Burka und der Kaftan haben scheinbar schon zu allen Zeiten die Fantasie der Menschen angeregt. Sogar in unseren Zeiten, bis etwa 2001, waren Scheich und Haremsdame unter den Top-Verkleidungen im Fasching. Allerdings werden heute ja keine breitenwirksamen Opern mehr geschrieben, diese Rolle nimmt der Film ein. Und Filme, deren Hauptdarsteller Yussuf oder so heißen, sind bestimmt kein Erfolg, außer Yussuf wird von Antonio Banderas gespielt und darf was mit Keira Knightley haben.
Eine Sekunde ist ein bisschen knapp für das Ganze. In dieser Zeit müsste der Herzog lieben, töten, bereuen, die Frau ihrerseits müsste lieben, blöd sein und sich reinlegen lassen, sterben, aushauchen usw. usf. Selbst wenn wir alles auf Sechzehntel-Noten komprimieren, was für Liebesarien ein bisschen hektisch ist, und uns dann auf je ein Solo für den Herzog, den Diener, die Frau sowie ein Duett beschränken ... naja, realistisch gesehen ist das sehr knapp. Aber eine Minute, das müsste reichen. Sehen wir ja beim Fußball immer, wie lang eine Minute sein kann.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 12:16

Montag, 18. Mai 2009

Verrückte Todesarten

An Geld ersticken. Peinlich, aber dann doch wieder geil, weil: Da regt sich jeder drüber auf, wie man denn so blöd sein kann. Dahinter natürlich Neid. So viel Geld möcht jeder mal haben. Und selber wär man natürlich nicht so blöd, dass man dran erstickt.
An Kirschkern ersticken, das passiert Kindern ständig. Wenn sie sich nicht grad nen Strohhalm in den Hals rammen.
Oder im Kamillentee ertrinken. Oder Milch. Wie kann man nur so leichtsinnig sein und nen Teller mit Suppe auf dem Tisch stehen lassen, wo doch Kinder in der Nähe sind? Kinder können auch an einer Erbse im Ohr verbluten.
Mit Krawatte in U-Bahntür kommen und bis zur nächsten Station mitgeschleift werden.
Auf feuchter Bildzeitung ausrutschen (oder Hundehaufen), und sich am Außenspiegel von nem Kadett den Hals brechen.
Pistole falschrum.
Yoghurt in die Nase kriegen.
Mit Kuli ein Herz auf den Arm malen - 20 Jahre später Hautkrebs an der Stelle.
Hustenanfall beim Winken.
Plötzlicher Realitätsflash am Wahlabend. Man merkt, der ganze Schwachsinn ist gar nicht so lustig, wie man ihn sich immer macht, nur um ihn zu ertragen. Hirn-, Herz und Arschtod gleichzeitig.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:15

Samstag, 16. Mai 2009

Ernährung in Zeiten der Krötenwanderung

Vorletzter Spieltag, heute Abend Grand Prix, Platz 17 sage ich mal, einfach um irgendwas zu sagen. Es ist bedeckt, morgen wird es sonnig. Früher, als die Vorhersage noch so ungenau war wie die Konjunkturvoraussagen der sog. "Experten", haben wir oft irgendwas gemacht, einfach weil wir Lust hatten. Heute schauen wir, wie isses Wetter morgen, und richten die Programmplanung danach. Heute also kein Biergarten, vielleicht morgen.
Die Frage der Ernährung beschäftigt die gesamte Menschheit, wenn auch aus unterschiedlichen Gründen. Unsere Perspektive: Was muss man essen, um möglichst lange leben (und essen) zu können? Man müsste Aga-Kröten in Tofu verwandeln, dann hätten alle genug.
Gibt es nicht irgendwas, das man mit Aga-Kröten machen kann? Irgendwas, das stark gebraucht wird. Ein alkoholisches Getränk zum Beispiel, bei dem einem schlecht wird? Oder Leder: Kann man nicht vielleicht Schuhe oder Handschuhe aus Aga-Kröten machen? Handtäschchen? Haarwuchsmittel? Appetitzügler für Nordamerika und Westeuropa? Geldscheine? Gleitcreme? Pizzakäse? Autopolitur? Backaroma? Fahrradsattelüberzüge? Cordersatzhosen? Nein, ich habs: Biokraftstoff, der Zukunftsmarkt!

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 14:37

Wo ist die Aristokratie?

Wilde Zeiten: die Schweinegrippe, die Taliban, die Wahlkampfspots. Viele fragen sich jetzt, wo der Adel ist; in der stillen Hoffnung, hier noch Zivilisation zu finden. Ich kanns euch sagen: Der Adel sitzt gerade im Restaurant. Er speist.
Den weiblichen Adel erkennt man am langen Hals. Ausgesprochen langer Hals! Wenig Schmuck. Einheitsalter: Zwischen 19 und 99 sehen alle wie 32 aus. Den männlichen Adel erkennt man auch am Hals. Das Hals ist fett oder fehlt, was aufs Gleiche raus läuft. Der weibliche Adel bestellt Getränke in kleinen Mengen: einen Fingerhut Sancerre, ein Tröpfchen Likör. Der männliche Adel bestellt Getränke schmetternd und laut. Wenn einer von uns das so machen würde, würden wir schmunzeln, denn bei uns wäre das heiterkeitstrunkene Ausgelassenheit. Nicht so beim Adel. Der Adel, zumindest der deutsche Adel, kennt keinen Humor. Es ist die astreine, muttermilchtradierte Herrenmensch-Attitüde. Der Adel will nicht witzig sein, sondern ernst genommen werden. Was der jugendliche Adel in der Phase des Hörner-Abstossens alles treibt, soll hier nicht Thema sein.
Mal sehen. Drücken wir uns die Daumen. Vielleicht, wenn der Adel mit dem Dessert fertig ist und nichts anderes zu tun hat, kümmert er sich um alles. Ich bin gespannt. Hab extra ein gutes Hemd angezogen.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 13:39

Freitag, 15. Mai 2009

Demokratieproblematik

Wenn Minderheiten Mehrheiten unterdrücken können. Wenn die Destruktiven die Leistungsträger in Schach halten können. Wenn Demokratie zum System des Konsens des kleinsten gemeinsamen Nenners verkommt. Wenn Demokratie auf alle 4 Jahre Stimmzettel abgeben reduziert wird. Wenn Demokratie von Interessengruppen ge- und missbraucht wird. Wenn Demokratie sich nur noch auf Analysen und Prognosen stützt. Wenn Demokratie das Dulden und Ertragen von Missständen beschreibt. Wenn Demokratie zum Konzept der Schwäche, des schlechten Kompromisses degradiert wird. Wenn Demokratie aussieht wie ein Selbstbedienungsladen für die einen und die anderen müssen fortwährend die Regale neu auffüllen. Dann haben wir ein falsches Demokratieverständnis. Und ein sehr gefährliches. Denn die Demokratie bildet ein wichtiges Schutzschild. An ihr selbst ist nämlich nichts schlecht, sondern alles gut. Es sind die Menschen, welche diese schlechter und schlechter aussehen lassen. Die Frage, die sich da nur stellt, lautet, wie viel Ungerechtigkeit verträgt eine Demokratie? Was hält sie aus? Somit fließt ein gesundes Demokratieverständnis in alles ein, was wir denken und was wir machen. Oder sollte zumindest.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:28

Dienstag, 12. Mai 2009

mein lieblingswald in leoni am starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 18:51

Fehlerproblematik

Nur keine Fehler machen, ist oftmals die falsche Prämisse. Wer so an die Dinge geht, dem kann zum einen nichts Großes gelingen und er tritt auf der Stelle. Der Fehler und das Scheitern sind wesentliche Bestandteile des viel besser werdens. Man scheitert besser und besser, bis man am Ziel ist. Und dazu gehören Fehler. Ohne die geht das nicht. Dabei reden wir von den Fehlern, die nicht zu verhindern waren, keine mutwilligen oder dummen Fehler, sondern die Fehler, die einem begegnen, wenn man mutig voranschreitet. Wenn man Neuland betritt. Wenn man in unbekannte Gefilde vordringt. Und wenn man macht. Es gibt mehr Systeme, die Fehler verhindern sollen, die Fehler entdecken sollen, die Fehler zuweisen sollen, als Systeme, die Fehler richtig einsortieren und bewerten. Die meisten großen Entdeckungen, Erfindungen, Innovationen beruhen auf Aspekten wie: Zufall, Schicksal, Glück und Fehler. Erst der Fehler bringt einen auf den richtigen Weg zurück. Wer fehlerlos handelt, wird erst ganz am Ende feststellen können, dass er irrte. Und das geschieht im überwiegenden Teil.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:24

Montag, 11. Mai 2009

Unternehmerproblematik

Unternehmer ist nicht gleich Unternehmer. Das bemerkt man vor allem am Betriebsmodus und am Betriebssystem. Da wir aber immer noch dem stillen Glauben verfallen sind, dass dort, wo Unternehmer drauf steht, Unternehmer drin ist, kommt das dabei raus, was dabei rauskommt. Die meisten Führungskräfte sitzen zwar an einer Position, die einen Unternehmer bedarf, aber dem ist nicht so. Bei weitem nicht. Die denken und handeln mehr im Angestelltenmodus und Angestelltenbetriebssystem, was man vor allem an einem erkennen kann – am Output.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:57

Samstag, 9. Mai 2009

Involvementproblematik

Überzeugen können, statt überreden müssen. Noch immer glauben zu viele, es läge an der Qualität der Argumente, warum etwas passiert oder nicht. Dem ist leider, oder zum Glück, nicht so. Denn Argumente sind subjektiv und stellen die Wirklichkeit eines Blickwinkels dar. Somit stellen Argumente nie die Wahrheit dar sondern nur eine Wahrheit. Welche aber natürlich so ins Licht gerückt wird, dass sie ihre Wirkung nicht verfehlt, was sie aber in der Regel tut. Was überzeugt, liegt nicht in der Kraft der Argumente, sondern in der Kraft des Involvements. Das verhält sich so wie in der Biologie. Das Vitamin benötig ein Enzym, um an die richtige Stelle zu gelangen. Und das Argument benötigt ein passendes Involvement als Träger, damit die Botschaft ihr Ziel erreicht. Somit bedarf es nicht der Erhöhung des Werbedrucks, man muss auch nicht lauter werden und schon gar nicht mehr und mehr Argumente liefern, sondern nur ein wirklich relevantes Argument und das getragen von einem passenden Involvement – der Idee. Dann geht alles viel einfacher und wie von selbst. So einfach das klingt, so schwer ist das in der Realität umzusetzen. Denn die meisten fallen vom Glauben ab, wenn sie wüssten, wie einfach gute Kommunikation funktioniert und wie wenig man braucht. Aber das Einfache und das Wenige ist auch in diesem Fall das Schwere. Deshalb ist gute Kommunikation auch so selten. Mit Recht.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 14:04

Donnerstag, 7. Mai 2009

Anpassungsproblematik

Der Konformist ist ein Auslaufmodell. Oder sagen wir so, er wird sich halbieren, denn es ist keine Frage entweder oder, eher sowohl als auch. Was kommt, ist der Individualist. Somit wird die Anpassungstheorie um ein neues Kapitel bereichert. Diese Entwicklung hat schon begonnen und setzt sich fort. Gerade in großen Unternehmen wehrt man sich noch mit Händen und Füßen gegen diese Spezies der Individualisten, aber auch an anderen Orten und Stellen, an denen man die Veränderung hasst, wie Vampire den Knoblauch. Somit ist die Anpassung nur die halbe Wahrheit. Die andere Hälfte stellen in Zukunft die Individualisten da, die sich aus ihrer Intuition bedienen. Die ihren Gefühlen Ausdruck verleihen können. Die auf neuen Wegen zu alten Zielen gelangen können. Nur Vorsicht ist geboten, denn zur Zeit gibt es noch viele verkleidete Individualisten. Das sind noch keine echten, die wollen nur auf einem Trend vorne mitschwimmen. Den echten Individualisten erkennt man ganz einfach. Er ist nicht dort, wo zu viele konforme Menschen sich aufhalten, denn da fühlt er sich nicht wohl.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:09

Mittwoch, 6. Mai 2009

Stärkenproblematik

Viele konzentrieren sich mehr darauf, Schwächen zu kompensieren, statt in die Stärken zu investieren. Es liegt auch in der Natur unserer Sache, dass wir eher Probleme beheben, die Schwächen aufzeigen, anstatt einfach mit dem Großteil unserer Zeit, unseres Kapitals, unserer Kraft darauf zu verwenden, die Stärken zu stärken und damit die Schwächen zu schwächen. Es ist leider Teil unserer Einstellung, dass wir lieber die Schwächen entdecken und geradezu suchen, anstatt das genaue Gegenteil zu machen. Wir sind mehr dem Vermeiden von Risiken und dem Bekämpfen von Schwächen zugetan. Leider. Denn wenn wir das Gegenteil tun würden, wäre es anders um viele und vieles bestellt. Aber wenn man auf Menschen mit so einer Einstellung, Programmierung und Haltung trifft, bemerkt man schnell, dass es sinnlos ist, hier Überzeugungsarbeit zu leisten. Das lässt man besser. Da kann man auch versuchen, dem Kölner den Karneval auszureden. Warum?
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:05

Dienstag, 5. Mai 2009

Was es alles gibt

Mondamin ist ein Gott in der indianischen Mythologie. Er hat uns den Mais geschenkt, indem er sich bei passender Gelegenheit in ein Maisfeld verwandelt hat. Bei uns ist "Mondamin" bekannt als Markenname. Die Firma Mondamin, die 1913 als Produzent von Maisstärke gegründet wurde, hat den Namen angeblich bewusst als Hinweis auf diese Indianer-Sage gewählt.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:47

Lametta-Days im Paradies

Shice, wo ist eigentlich Napoleon? Ich kann mich noch dunkel erinnern, es gab mal ne Zeit, da musste man nur die rechte Hand links unter die Jacke schieben - fertig war der Knaller-Witz. Keine Ahnung, was es bedeuten sollte, aber die Dinger gabs zu Tausenden. Alle. Alle ham sie den Napoleon gemacht. Es gibt auch keine Witze mehr, die mit "Herr Doktor, Herr Doktor" anfangen oder "Herr Ober!"
Oder diese Mexikaner-Witze: Zwei konzentrische Kreise mit dem Kuli und vorn und hinten ein Strich - was ist das? Mexikaner auf'm Fahrrad. Oder Willy Brandt nachmachen: Liebe Genossinnen und Genossen. Der Brüller. Wo ist das alles?
Und zu Heynckes sagen sie angeblich Jopi, das ist auch nicht nett.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:01

Qualitätsproblematik

Der Begriff Qualität wird meist mit teuer oder teurer gleichgesetzt. Das ist falsch. Viele meiden den Qualitätsanspruch, weil sie befürchten, es wird teurer und man ist nicht mehr wettbewerbsfähig. Auch das ist falsch. Es ist nicht nur falsch, es ist genau die Einstellung, die Wertschöpfung erst behindert, dann verhindert und zu guter Letzt unmöglich macht. Qualität hat etwas mit der Beschaffenheit zu tun, mit einem Versprechen an die Zukunft, den Nutzen, die Haltbarkeit, die Freude. Zudem ist Qualität ein Versprechen an ein passendes Preis-/Leistungsverhältnis, ob niedrig oder hoch. Es muss eben passen. Sonst stimmt mit der Qualität etwas nicht. Qualität ist die Verdichtung von Aspekte, die egal für welchen Preis, dem Kunden das gute Gefühl vermitteln, sich für das Richtige entschieden zu haben und sich dieses Gefühl im Verlauf des Nutzen-/Gebrauchszeitraums bestätigt. Wer diese Qualität aus den Augen verliert, der kann über kurz oder lang einpacken.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:07

Montag, 4. Mai 2009

Vervielvielvielvielvielfachen

Jeder von den selbst ernannten Alpha-Tieren. Alle diejenigen, die glauben, allein alles erreichen zu können. Alle, die sich erst mal selbst bereichern, bevor andere sich etwas nehmen können. Alle die überzeugt sind, dass nur sie selbst etwas zum Gelingen bringen. Dass ihre eigene Stärke ausreicht, um Großes zu erzielen. Alle die wirklich denken, dass das, was sie alleine erreicht haben, etwas Großartiges darstellen würde. Alle die so tun, als ob sie auf niemanden angewiesen sind. Alle diejenigen, die Arbeit nur sehen, wenn man es ihnen sagt. Alle, die ihren Gewinn daraus schöpfen, weil sie konsequent nur ihren persönlichen Vorteil suchen. Alle, die materielle Werte nur erhalten, weil sie diese anderen entziehen. Alle, die viel lieber nehmen und nehmen, statt zu geben. Alle, die wirklich glauben, dass materielle Werte mehr Wert sind, als emotionale. Alle, die bis jetzt nicht verstanden haben, dass nur die Gemeinschaft der größte funktionierende Multiplikator dessen ist, was der Einzelne nur im Stande ist zu leisten. Alle die, die sollen bitte mal versuchen, alleine einen 3 Tonnen schweren über 30 Meter langen Maibaum aufzustellen. Die Erkenntnis, die man dabei erringen könnte, ist, dass man allein ganz schön schwach da steht und auch dumm zugleich. Die Gemeinschaft kann ein für viele unvorstellbares Vielfaches mehr leisten. Und es gibt Systeme, Orte und Gemeinschaften, da funktioniert das noch. Noch. Wie lange noch, weiß ich nicht. Wie konnten wir dieses wichtigste Werkzeug innerhalb einer Gesellschaft so einfach und achtlos bei Seite legen?

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing, Gleichgesinnte, Marketing Denkanstöße um 19:46

Sonntag, 3. Mai 2009

mailauf in antdorf, 3. mai 2009

Geschrieben von Peter von Felbert in Fotografie, Bilder, Grafiken um 19:24

Samstag, 2. Mai 2009

hoomage an eine kastanie in aufkirchen, mai 2009

Geschrieben von Peter von Felbert um 14:37

Donnerstag, 30. April 2009

Zeitproblematik

Geschwindigkeit ist, wie Wachstum und Umsatz in Markt- und Wirtschaftsphasen, ebenfalls ein Aspekt, den man anders einsetzen und nutzen muss. Denn ebenso wenig, wie alles immer weiter wachsen kann und Umsatz sich nicht ewig vermehren kann, so kann man auch Zeit nicht ständig verkürzen und beschleunigen. Diese Entwicklung ist endlich und zudem wirkt sie sich in bestimmten Markt- und Wirtschaftsphasen sehr negativ auf die numerischen und emotionalen Ergebnisse aus. Somit gilt es, dieser Entwicklung eine sinnvolle gegenüberzustellen. Einen Umgang mit Zeit, der sich nicht als Stress auswirkt, der voller Geduld ist, der reifen läßt, der Entwicklung fördert, der Entspannung wie im Sport als einen wichtigen Bestandteil berücksichtigt. Zeit muss man ebenso investieren können, wollen und müssen, wie das, was wir alle am eigenen Leib erleben.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 17:31

Mittwoch, 29. April 2009

Expertenproblematik

Das Gebot des hierarchischen Denkens gebietet, dass wir der nächsthöheren Instanz Glauben schenken und diese nimmt in der Öffentlichkeit der Fachmann und/oder Experte ein. Er steht eine Stufe über allen Nicht-Fachmännern und Nicht-Experten, sprich Laien. Wenn man also allen die Welt erklären will, muss man nur einen Expertenmodus einnehmen und schon denkt jeder, der wird es schon wissen. Dabei ist dem in der Regel nicht so, sondern gerade weil man sich der hierarchischen Situation bewusst ist, nutzt man diese einfache Mechanik. Das bedeutet, dass ein Großteil der uns vorgeführten Fachmänner und Experten diese Position nur einnimmt, damit alle ihren Meinungen und Äußerungen folgen. Ohne wirklich zu wissen, ob die stimmen. Denn wenn es der Experte sagt, dann muss das wohl richtig sein. Weit gefehlt.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:36

Dienstag, 28. April 2009

Geistesproblematik

Du gleichst dem Geist, den du begreifst, nicht mir. Schrieb Johann Wolfgang Goethe 1797. Somit ist alles eine Frage des eigenen Vermögens, Vermögens an Intuition, an Intelligenz und Wissen und das alles zusammengenommen ist in einem möglichen Allwissen sehr begrenzt. Auch wenn viele von sich natürlich das Gegenteil annehmen, so ist Allwissen eine solche Größenordnung, dass man selbst nur einen kleinen Prozentsatz erreichen kann. Dieser besteht in der Regel zum größeren Teil aus seinen Fachgebieten. Der Rest bleibt einem verschlossen. Dabei ist gerade das Interdisziplinäre von großem Nutzen, denn viele Probleme lösen sich in anderen Bereichen längst auf. Nur die kennt man nicht oder man glaubt diese nicht. Glaubt nicht, dass die Lösung dafür eventuell schon 500 Jahre als ist oder aus einer anderen Kultur kommt oder aus einer anderen Wirtschaft. Somit bewegt sich unser Geist nur in unseren eigenen kleinen Grenzen. Das ist oft zu wenig. Viel zu wenig. Man muss den Mut aufbringen, viele gute Geister miteinander zu verbinden und daraus eine emotionale Verbundenheit zu schaffen. Dadurch könnte man viel mehr aus Erkenntnissen profitieren, die einem meist für immer verschlossen und verborgen bleiben. Nur wie soll man glauben und vertrauen in einer Welt, in der sich alle nur aneinander bereichern? Natürlich immer unter dem gut gemeinten Vorwand, nur zu helfen. Somit ist die Geistesproblematik längst eine Vertrauensproblematik, was gravierend, aber verständlich ist. Wie schafft man Vertrauen in einer Welt voller Misstrauen? Indem man in erster Linie den Menschen sieht und nicht die Welt, für die er steht. Indem man Menschen für sich gewinnt und nicht Vorteile. Indem man das Gemeinsame in den Vordergrund stellt und nicht den Nutzen.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:19

Montag, 27. April 2009

Umsetzungsproblematik

Die Idee wird überschätzt, denn den eigentlichen Wert stellt nur die Umsetzung da. Viele gute Ideen werden nie das Licht der Welt erblicken, weil sie jemand nicht umsetzen kann. Somit wird die Idee im Verhältnis zur Umsetzung maßlos überschätzt. Erst die Umsetzung macht eine Idee wertvoll. Eine Idee ohne Umsetzung ist keinen Pfifferling wert.
In der Regel gibt es zwei Arten von Menschen, die Ideen-Menschen und die Umsetzungs-Menschen. Die Ideen-Menschen leben lieber in der Welt der Ideen, weil sie die Umsetzung scheuen. Die Umsetzungs-Menschen leben lieber in der Welt der Umsetzung, weil sie die Ideen scheuen. Die Verbindung dieser beiden Welten ist ein weiterer Schlüssel zum Erfolg. Denn es kommt nur ganz, ganz selten vor, dass beide Eigenschaften sich gleichermaßen in einem Menschen vereinen. Und wenn, ist das für die Sache sicher von großem Vorteil, aber für alle anderen Beteiligten kein Zuckerschlecken. Denn der Charakter solcher Menschen ist nicht von schlechten Eltern. Somit ist eine Symbiose aus Ideengeber und Umsetzer immer harmonischer, wenn beide akzeptieren, dass sie von dem anderen abhängig sind. Und sich auch so verhalten.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:45

Freitag, 24. April 2009

Erfahrungsproblematik

Völlig überschätzt wird die Erfahrung, denn diese sagt eigentlich nichts über die Fähigkeiten und Bereitschaften aus. Entscheidend sind nicht die Erfahrungen, sondern die Erkenntnisse, die man daraus gewonnen hat und die sichtbar, spürbar und nachvollziehbar das Denken und Handeln maßgeblich verändert haben. Menschen, die sich auf Erfahrungen berufen, haben in der Regel keine wichtigen Erkenntnisse daraus für sich abgeleitet. Menschen, die Erkenntnisse daraus abgeleitet haben, berufen sich nicht auf ihre Erfahrungen, weil sie diese längst in das umgesetzt haben, was sie täglich tun. Man spürt, wenn jemand was kann oder jemand nur was kennt. Das ist ein himmelweiter Unterschied. Obwohl, spüren können das leider nicht alle. Denn das grelle Licht der Erfahrung blendet die Menschen noch viel zu viel, so dass sie noch immer glauben, Menschen mit viel Erfahrungen können automatisch auch viel für einen tun. Können sie aber nicht. Sondern man selbst ist einfach nur eine nächste Erfahrung. Die Erkenntnis ist wie eine Treppe, die man nach oben steigt, so dass man die Dinge aus einer anderen neuen Perspektive beobachten kann. Die Erfahrung ist nichts anderes, als wenn man durch eine Drehtür geht und an derselben Stelle wieder rauskommt. Und das immer wieder und wieder. Erst die Erkenntnis verschafft es einem, Situationen auf einem anderen Level sprich Niveau betrachten zu können.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:08

Donnerstag, 23. April 2009

Qualifizierungsproblematik

Der Schwerpunkt bei Qualifizierung liegt nicht im Papier, in Abschlüssen, Zeugnissen und Erfahrung auf dem Papier, sondern in dem, was einem menschlich begegnet. Es wird viel zu viel Wert auf die numerischen Qualifikationen gelegt und die menschlichen werden dabei übersehen. Und es wird übersehen, dass man dem Richtigen alles beibringen kann, aber das man mit dem Falschen, obwohl er qualifiziert ist, nichts zu Wege bringt. Somit fehlen uns auch hier die wichtigen anderen 50% der Wahrheit. Der emotionale Teil kommt bei weitem zu kurz. Der Grund dafür liegt auf der Hand. Wer selbst mit den Menschen, die er einstellt, nicht zusammen arbeiten muss, der klammert sich für seine Rechtfertigung an Qualifikationen. Das Menschliche wird dabei völlig übergangen. Somit sind unsere Unternehmen, voll mit Menschen die auf dem Papier alles können, aber auf dem Boden der Tatsachen nichts zu Rande bringen.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 10:30

Mittwoch, 22. April 2009

Planungsproblematik

Wer plant, der irrt genauer. Pläne sollen helfen, Misserfolg zu verhindern. Somit sind alle Pläne durchsetzt mit Absicherungen, mit Risikominimierung. Was schlussendlich dazu führen muss, dass es keine kühnen waghalsigen verrückten und nutige Pläne mehr gibt und dass alle diese blutleeren Pläne scheitern. Denn ihnen fehlt die nötige Kraft und Energie, welche Erfolg überhaupt erst möglich macht. Somit ist diese Art der Planung eine Misserfolgsplanung, was man an allen Ecken und Enden sieht. Sie berücksichtig zu viel, was Erfolg unmöglich macht. Somit kann sich jeder bei dieser Art der Planung das negative Ergebnis eigentlich schon vorher ausmalen und denken. Aber so lange der Plan belegt, dass man selbst nicht schuld ist und alles getan hat, um auf Risiken hinzuweisen, so lange ist man aus der Schusslinie. Das Dumme dabei ist eben nur, dass diese Art der Planung nur in den Irrtum führen kann. Wie man sieht.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:45

Dienstag, 21. April 2009

Positionsproblematik

Wir leben in dem fatalen Irrglauben, dass Menschen, die eine Position besetzen, diese auch ausfüllen können. Dem ist beinichten so. Somit erklären sich auch die Verhaltensweisen. Der ganze Habitus vieler Menschen, die jeden Tag in der Befürchtung bewältigen müssen, dass jemand rausbekommt, dass ihnen die Fähigkeiten und Bereitschaft fehlen, um der Position gerecht zu werden. In der Regel werden Positionen aus Netzwerkinteressen besetzt. Man sitzt da, weil man keine Gefahr darstellt und weil man einem höheren im Netzwerk genehm ist. Ebenso besetzt man die Positionen im Netzwerk unter einem mit Menschen, die zum einen keine Gefahr darstellen und Menschen, die einem den Rücken decken. Somit stehen auch die eigenen Interessen weit vor denen der Sach- und/oder Unternehmensinteressen. Diese Problematik hat einen großen Einfluss auf den überall sichtbaren negativen Output.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:33

Samstag, 18. April 2009

Angstproblematik

Ein probates Mittel um sich durchzusetzen, ohne überzeugen zu können, ist die Angst. Aber dieses Instrument wirkt nicht ewig und erzeugt unangenehme Nebenwirkungen. Somit ist die Angst als Mittel zur Umsetzung nicht mehr zeitgemäß, sie verfehlt auch ihre Wirkung und ihr Ziel. Die Dosierung zu erhöhen, hat dazu geführt, dass die Menschen der Angst zunehmend ausweichen, um sich in ein Umfeld zu bringen, das mehr von der Lust getrieben ist, als von der Angst verfolgt. Somit verlieren die Generäle der Angst ihre so wichtigen Soldaten. Denn die werden immer weniger. Und diejenigen, die übrig bleiben, bleiben nicht ohne Grund, der sich in einer geringeren Qualität rechtfertigt. Wer Qualität hat – geht. Somit müssen Unternehmen umdenken und das Prinzip Angst und Druck ad acta legen und sich dem Prinzip „Lust“ zuwenden. Auch wenn es schwer fällt. Aber es ist der Schlüssel, um die „Guten“ für sich zu gewinnen und zu halten.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 10:28

Donnerstag, 16. April 2009

fruehlingsbaeume

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 22:44

Übung macht den Meister

Vorbei - vorbeier - am vorbeiesten
Hurra - hurraer - am hurraesten
Morgen - morgener - am morgensten - na bitte, geht doch.
Mit dem Rücken zur Wand. Wir sitzen gemütlich mit dem Rücken zur Wand. Wir sind noch hübsch drin, uns gehts gut, kein Problem, aber irgendwie merkt man schon, Fuck! Ist die kalt, die Außenwand. Kann man sich fast vorstellen, wie ungemütlich das ist, da draußen. Sind wir froh, dass wir nicht rausmüssen. Oder? Wir müssen doch nicht raus? Wir können doch hier sitzen bleiben? Oder?
Blume - blumener - am blumensten
Weggeguckt - weggeguckter - am weggegucktesten - was weiß ich ...

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 01:12

Mittwoch, 15. April 2009

mal wieder ein neues bayern motiv. sindelsdorf an ostern.

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:39

Orientierungsproblematik

Ein seltsames Phänomen kann man beobachten. Die meisten Menschen haben tagsüber ein anderes Bewusstsein als abends. Genauer gesagt, während der Arbeit ein anderes Bewusstsein, als wenn sie nicht arbeiten. Wenn sie nicht arbeiten, funktioniert der Menschenverstand einwandfrei. Sobald sie aber an die Arbeit gehen, verändert dieser seine Funktion. Das Bewusstsein ist ein anderes und stimmt mit den Menschen nach der Arbeit nicht mehr überein, obwohl der gesunde Menschenverstand nach der Arbeit eigentlich alles richtig sieht und einschätzt. Können Menschen über Jahre hinweg während der Arbeit gegen diesen gesunden Menschenverstand denken und handeln? Daraus entsteht eine gewaltige Orientierungsstörung, denn man orientiert sich offensichtlich falsch, aber macht es trotzdem. Und das wirklich Verrückte daran ist, dass sich alle wundern, wenn dann das eintritt, was leider folgen muss, wenn man Jahre alles falsch macht. Somit muss die richtige Orientierung klar justiert werden. Und zwar die Richtige.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:29

Dienstag, 14. April 2009

Meetingproblematik

Wir besprechen zu viel und kommunizieren zu wenig. Meetings sind der beste Beweis für Blödsinn Made by USA. Das Fast-Food der Wirtschaft ist das Meeting. Alle machen es gerne, aber es ist für den Output extrem ungesund. Denn das Meeting ist nicht leistungs- und zielorientiert, sondern es ist in der Regel eine Machtdemonstration. Es dient dazu, sich in Position zu bringen, seine Position zu verteidigen. In Meetings passiert alles andere, als für das Vorankommen wichtig wäre. Somit genießen alle diejenigen einen Vorsprung welche diese Art von Meetings unterlassen und eine bessere Form wählen. Die Besprechung. Die Kurzform. Nicht länger als 2 bis 5 Minuten. Bloß nicht hinsetzen und gemütlich machen. Bloß keine Bühne für Unwichtiges und Nebensächliches schaffen. Schnell, laut und klar. Und die Runde immer so klein halten, wie es nur geht. Somit bremst diese schlechte Meetingangewohnheit die Wirtschaft wie jemand, der mit 200 Kilo Körpergewicht versucht, die 100 Meter unter 10 Sekunden zu laufen. Denn Wirtschaft ist kein Breitensport, sondern Spitzensport. Aber so sieht es bei weitem nicht aus.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:29

Freitag, 10. April 2009

vorfruehlingsbaeume

Geschrieben von Peter von Felbert um 23:06

Weil

Weil ich nicht alles weiß, muss ich häufig glauben können. Weil ich nicht alles glaube, will ich meistens wissen. Weil ich es manchmal nicht weiß und auch der Glaube fehlt, benötige ich etwas, was mich glauben lässt. Und dafür habe ich mir im Jahr 2001 einen „Glücksbringer“ um den Hals gelegt. Etwas bis dahin für mich Undenkbares. Dieser hat mir seinen treuen Dienst erwiesen. Oft hat er mich daran erinnert oder mich dazu angehalten, meinen Gefühlen, also meiner Intuition, zu folgen. Um mich dazu anzuspornen, hing er Tag für Tag um meinen Hals. Er ist weniger eine Mahnung, eher eine Motivation. Dann hatte ich das Gefühl, der „Glücksbringer“ hätte mir genug gute Dienste erwiesen. Man sollte ihn nicht überfordern. Man sollte ihm aus Dankbarkeit nun seine wohlverdiente Ruhe gönnen. Somit habe ich mir 2005 einen neuen „Glücksbringer“ um den Hals gelegt. Auch dieser hat vorzüglich mein emotionales und rationales Bewusstsein beflügelt, meinem Bauchgefühl zu folgen. Er war ein toller Nachfolger. Und jetzt habe ich einen neuen „Glücksbringer“. Und auch von im erhoffe und verspreche ich mir, dass dieser mich daran erinnert, was mir wirklich wichtig im Leben ist. Dass er mir immer wieder vor Augen führt, wie ich mich zu entscheiden habe. Und mich daran erinnert, dass Glück etwas ist, das man sich nicht einfach verdient oder erwirbt, geschweige denn kaufen kann, sondern etwas, das man es vor allem zulassen muss und wieder und wieder suchen muss. Und etwas, das man unglaublich genießen muss.
2001 . 2005 . 2009

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 12:46

Donnerstag, 9. April 2009

Problemproblematik

Wir leben in einem Land, in dem sich alles um das Problem dreht. Somit haben wir eine Kultur der Problementdecker, Problemfinder, Problemversorger, Problemheraufbeschwörer, Problemanalysierer, Problembeschreiber, Problemverstärker, Problemvergrößerer. Wer so denkt und handelt, dem fehlen einfach 80% von allem, was man in Lösungen investieren könnte. Wir investieren 80% in Probleme, deshalb umgeben uns auch so viele Probleme und nur so wenige Lösungen. Somit ist jeder im Vorteil, der dieses System einfach umdreht und radikal nur 20% seiner Aufmerksamkeit dem Problem schenkt, aber 80% in Lösungen investiert. Klingt leichter gesagt als getan. Wer soll das machen in einer solch großen Problemkultur? Wer da mit Lösungen kommt, der hat doch nur das Problem noch nicht erkannt.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:12

Die anderen Geschenke

Wer hat sich nicht gefragt, wenn er in einem Blumenladen steht, wer den ganzen Quatsch neben den Blumen kauft. Diesen ganzen Tinneff. Davon sind ganze Läden voll, Geschenkartikelläden. Ab einem bestimmten Alter hat man entweder alles, was man braucht, oder man hat seinen Bedarf so runtergeschraubt, dass man auch alles hat, was man braucht. In diesem Alter kann es einem passieren, dass man zum Geburtstag oder zu anderen Anlässen diesen Tinneff geschenkt bekommt. Wir haben da einige Exemplare an Blumenvasen, die ihres Gleichen suchen. Sie sind so etwas von unpraktisch, häßlich und total unbrauchbar, reine Staubfänger.Eigentlich könnte man diese umgehend entsorgen, wenn, ja wenn, da nicht die Leute wären, die einem das geschenkt haben und die in regelmäßigen Abständen wiederkommen. Da hat man einfach ein schlechtes Gefühl, wenn man einen Tag später den Mist in die Tonne haut.So verweilt, je nach Grad der Bekanntschaft und/oder Freundschaft, so ein Krimskrams schon mal Jahre im Regal. Vor nicht allzu langer Zeit habe ich meinen ganzen Mut zusammengenommen und den Krempel in die Tonne gehauen. Und siehe da, es ist Platz, Raum und diese vielen Gründe des Anstoßes sind weg. Wenn man bedenkt, dass von diesem Blödsinn eine ganze Branche lebt, die sich tagein tagaus nur Quatsch einfallen läßt, den keiner braucht und keiner will, der aber trotzdem gekauft wird. Das ist schon irre. Echt irre. Ich habe Fotos von dem Müll gemacht und wollte die Exemplare eigentlich hier zum Besten geben. Aber dann verließ mich der Mut, denn ich möchte mir nicht den Unmut anderer Menschen aufhalsen. Aber ihr könnt euch sicher denken, wie diese obskuren Objekte aussehen. Da bin ich mir sicher.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 09:11

Dienstag, 7. April 2009

Machen wir es uns doch einfach einfach

„Man muss sich erinnern, um zu wissen, was war, damit man das lenken kann, was kommt.“ Diesen Satz habe ich in der zehnten Klasse, also so um 1980, auf ein Kunstwerk geschrieben. Es war ein alter Fensterrahmen aus Holz. Er war weiß und ich hatte versucht, hinter die einzelnen rechteckigen kleinen Fenster im gesamten Rahmen, Sinniges zu kleben. So, dass man, wenn der Rahmen an der Wand hing, durch die einzelnen Fenster sehen und in diesen die Ansichten eines 17-jährigen entdecken konnte. Rückblickend erinnere ich mich nur noch an diesen Satz. Was in den anderen Fenstern stand, noch darüber zu sehen war, weiß ich nicht mehr. Und wo das Kunstwerk abgeblieben ist, ist auch nicht überliefert. Auf den vielen Umzügen blieb immer ein Stück Lebensgeschichte auf der Strecke. Dies war so ein Teil.Zurück zum Thema. Damals wie heute ging mir durch den Kopf, dass man es besser machen muss. Wenn Hindernisse, Probleme oder was auch immer einem im Weg stehen, ist es sehr schlau, in der Geschichte zurückzugehen, nicht nur in der eigenen Ausschau zu halten sondern in allen Geschichten. Nach Geschichten, in denen Menschen vor ein ähnliches Problem gestellt wurden und wie sie sich daraus befreit haben oder eben auch nicht. Mir ist in der vor uns liegenden Situation aufgefallen, dass es immer Schuldige gab. Es gab immer Menschen, die sich offensichtlich moralisch verwerflich verhalten haben. Somit lag die Schuld immer bei den Tätern und der Rest waren Opfer. So einfach war das. Wenn man den Tätern das Handwerk legt, dann sind die Opfer vor weiteren Übergriffen geschützt. Ich habe an dieses Täter-Opfer Prinzip nie wirklich geglaubt. Auch bei der Diskussion um das Dritte Reich empfand ich die Täter-Opfer Situation nie als wirklich zielführend. Zielführend in dem Sinn, dass etwas eventuell nicht nur nicht mehr, sondern am Besten nie mehr passiert. Mein Gefühl sagt mir, es geht um die Ursache. Und zu der dringt man nicht vor, wenn es nur einfach Täter und Opfer gibt. Denn da hört jede Diskussion auf. Mein Denken fängt hier gerade an. Genau hier.Mich interessiert mehr das Was, Wie, Warum und das Denken und Handeln, das man daraus ableiten kann. Ich kann das Geschehene nicht ungeschehen machen. Natürlich sind Opfer zu entschädigen und Täter zur Verantwortung zu ziehen, aber das ist für mich nur der halbe Prozess einer sinnvollen Aufarbeitung. Die andere Hälfte liegt in der Chance begründet, eine solche Situation für immer der Geschichte angehören zu lassen. Und ich beobachte, dass man diese Chancen wieder und wieder verstreichen lässt, weil dieses Opfer-Täter Szenarium einfacher ist, einfacher zu verstehen, einfacher zu empfinden, einfacher zu vermarkten und zu verkaufen.Lernen aus den zwei Weltkriegen hätte bedeuten können, nie mehr Krieg. Somit hätte man auch die Energie und das viele Geld in Frieden investieren können. Aber es gab ja Täter und Opfer. Somit war vordergründig die Kriegsgefahr ja gebannt. Ebenso, wenn sich Amok-Attentäter selbst umbringen. Dann ist die Amoklauf-Gefahr für die Menschen ja gebannt. Was passiert? Es findet eine emotionale Opfer-Täter Aufarbeitung statt. Die Schuld, die Verantwortung, all das wird auf den Prüfstand und die Anklagebank gestellt. Und dann, wenn der Schmerz nachlässt, wenn die Karawane der Medien weiterzieht, wenn das letzte Gebet für die Opfer gesprochen wurde, dann ist es vorbei. Ein wenig Aktionismus hier, ein wenig Aktionismus da. Hier noch ein Versuch, ins Rampenlicht zu rücken. Da noch der Versuch, es populär zu vermarkten. Und dann ist Schluss.Bis zum nächsten Mal. Und dann geht die Empörungs-, Anklage- und Beklagungsmaschine wieder von vorne los. Und so geht es weiter und weiter. Jahr für Jahr. Generation für Generation. So schlimm die Vorfälle auch sind, wir dringen nie zur Ursache vor, nie bis zum wirklichen Problem. Und wir lösen diese Ursachen und Probleme nie so, dass diese Vorfälle weniger und weniger werden, sondern wir begnügen uns mit dieser immer wiederkehrenden Täter-, bzw. Einzeltäter-Theorie. So einfach kann man es sich machen, wenn es einen selbst nicht betrifft.Somit sind diese Momente einmalige Chancen, die Menschheit einen Schritt weiterzubringen. Aber wir treten weiter auf der Stelle und das schon sehr lange. Wann erkennt die Spezies Mensch, dass es nicht so sehr um das Ereignis selbst geht, sondern dass solche, andere und ähnliche Ereignisse einfach nicht mehr vorkommen können. Dass mit jedem Ereignis eine weitere menschliche Fehlerquelle beseitigt werden kann. Darum fiel mir der Satz ein: Man muss sich erinnern, um zu wissen was war, damit man das lenken kann, was kommt. Unsere Fähigkeit und Bereitschaft zur Erinnerung ist offensichtlich nicht groß genug, um Dinge für immer der Vergangenheit angehören zu lassen.
Bemerkung:Damit meine ich nicht Dogmen, wie das über Atomkraft. Dass man Tschernobyl nur verhindern kann, wenn es nie mehr Atomkraftwerke gibt, sondern dass man über 20 Jahre später alles dafür getan hat, dass so etwas technisch nicht mehr passieren kann.Denn der Mensch würde vieles nicht tun und nicht erreicht haben, wenn er bei jeder Katastrophe ein weiteres Dogma in Stein gemeißelt hätte. Es gäbe nach der Titanic keine Schiffe mehr, nach der Hindenburg keine Flugzeuge mehr. Wir wären nicht zum Mond gekommen und die Medizin und andere Wissenschaften würden noch in den Kinderschuhen stecken, wenn es diese Opfer nicht gegeben hätte. Nur in der Entwicklung der Menschheit selbst scheint es diese Entwicklung durch Opfer nicht zu geben. Ganz im Gegenteil. Wir können die Uhr stellen, wann es das nächste Mal passiert. Was? Das!

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte, Spontaneitäten um 07:36

Wirkungsproblematik

Das Geschäftsmodell eines Großteils unserer Wirtschaft beruht auf dem Prinzip „Aufwand“. Man versucht, aus jeder Mücke einen Elefanten zu machen und einen möglichst großen Aufwand zu betreiben, um an möglichst viel Geld zu kommen. Denn die meisten verdienen nur am großen Aufwand. Dabei steht die Wirkung völlig im Hintergrund. Man kann sagen – wirkungslos. Diese Art des Umgangs ist die Chance für alle, die sich auf „Wirkung“ und nicht auf „Aufwand“ konzentrieren und das sichtbar und spürbar umsetzen. Nicht, dass ein solches Prinzip sofort Früchte trägt, dafür sind die Schmerzen, welche durch die Wirkungslosigkeit verursacht werden, noch nicht groß genug. Aber bald. Dann beginnt das Umdenken und die Suche nach denjenigen, welche das umsetzen können. Und alle, die bis zuletzt ihren Kunden Aufwand unterjubeln wollten, sind dann auf einen Schlag weg vom Fenster.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:27

Montag, 6. April 2009

Ethikproblematik

Die Ethik ist wie eine Schwelle. Die einen gehen über alle Schwellen, andere wiederum nicht. Und alle machen das, was sie machen aus gutem Grund. Die Ethikschwelle in unserem Umfeld ist sehr niedrig. Das liegt an unserer Geschichte. Zwei Kriege so kurz hintereinander haben Anspruch und Wirklichkeit weit auseinander klaffen lassen. Das Wirtschaftswunder war in dieser Form nur möglich, weil diese Gesellschaft eine niedrige Ethikschwelle hat. Aber die Zeiten haben sich geändert. Erfolg um jeden Preis wollen immer weniger. Die Ethikschwelle ist im Zuge des Wohlstands und der zum Glück ausbleibenden existenziellen Krisen angestiegen. Die Menschen wollen mehr Verantwortlichkeit, da man diese an allen Ecken und Enden vermisst. Somit wächst das Bedürfnis nach höheren Ethikschwellen zunehmend an. Viele Unternehmen können mit dieser Entwicklung nicht viel anfangen. Sie sehen darin eine Schwächung und keine Stärkung. Sie sehen darin nur Risiken. Machen wir es nicht, macht es jemand anders. Die Vorstellungskraft, in einer Gesellschaft zu leben, die eine hohe Ethikschwelle hat, fehlt diesen Unternehmen, vor allem, was daran erstrebens- und wünschenswert sein soll. Somit übersehen diese Unternehmen, was zunehmend die Markenentscheidung beeinflusst. Das ist die Chance für neue Unternehmen, denn diese Tür steht sperrangelweit offen.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:24

Samstag, 4. April 2009

Ostersamstag

Heute spürte ich die unglaubliche Leichtigkeit des Lebens,als ich in der Früh' zum Einkaufen radelte. Nach langen, dunklen, kalten Wintermonaten liegt plötzlich dieses unglaubliche, leichte Gefühl des Erwachens in der Luft. Bäume, Wiesen und Sträucher, die bis gestern noch starr, braun und grau standen, streifen sich über Nacht eine kaum merkliche Brise von Zartgrün,Hellgelb oder Babyrosa über. Die Luft trillert und singt aus vollen Kehlen. Über die Gesichter mancher Menschen scheint etwas wie ein Lächeln zu huschen. Höchst ungewöhnlich. Die Straßen füllen sich mit Autos, die in die Osterferien starten. Zwei Wochen Urlaub. Geniest, Kinder! So schön wird es nie wieder im Leben. Erzählen die Erwachsenen oft. Was sie nicht erzählen ist, warum das so sein soll. Ostersamstag. Urlaubsverkehr. Volle Straßen. An allen Tankstellen zahlt man seit heute mindestens sechs Cent mehr pro Liter Einheitsbenzin. Normal wurde ja abgeschafft. Zu billig. Ab 2010 wird auch die Produktion von Autos unter 50.000 Euro eingestellt. Unwirtschaftlich. Mit Absprachen der Konzerne hat das aber nichts zu tun. Das liegt an der EU, Rotterdam oder der Globalisierung. Ein alter Mann mit weißem Kapitänsbart radelt mir entgegen. Aus voller Kehle singt er Verdis „Donna e mobile". Im Mai habe ich mich früher immer verliebt. Das ist ein Grund, liebe Kinder! Diese unmittelbaren, rudimentären Hormonwellen bleiben nicht ewig. Und ihr freut euch auf die Urlaubsfahrt, weil das Benzingeld noch Papa zahlt. Vor den Supermärkten stapeln sich jetzt gelbe Osterglocken, rote, pinke und lila Tulpen und natürlich die unvermeidlichen Haselruten mit den Kätzchen. Das sind aber andere als die, die sich jetzt im Garten um die besten Reviere balgen. Katerchen haben ihre Hormonwallungen schon im April. Da werden sogar die wegen Nestmaterialraubs laut schimpfenden Sperlinge ignoriert. Aus allen Fenstern klingt Aufbruchstimmung. Aus dem Cabrio laut schreiende Reklame des Radios. 20% auf alles außer Tiernahrung! Früher haben wir gelernt, unsere Kunden schreien wir nicht an. Aber gut, bei dieser Aufbruchstimmung. Bayern 3 jingelt aus dem Parterre, die A99 sei schon voll. Es klingt wie eine Verheißung. Auch Obama ist Stil sicher nach Deutschland gejettet. Gemeinsam Chancen nutzen, die gestern noch Krisen hießen. Vorbei die düsteren Zeiten hängender Mecklenburger Mundwinkel. Jubiliert, jubiliert, Kinder! Eure schönsten Zeiten kommen erst noch. Aber nur, wenn ihr viel Geld verdient, Minister oder Lichtgestalt werdet. Doch vorbei mit allen schlechten Gedanken. Es ist die Zeit der Höhenflüge, der Gipfel, des Fliegens. Wer will da schon am Boden zurück bleiben? Heute brechen wir auf! In die Zukunft, in den Urlaub, auf die Zugspitze oder nach Wolfsburg,nicht wahr Poldi?

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 14:14

Freitag, 3. April 2009

Kulturproblematik

Die Kultur beschreibt vor allem den Umgang. Den Umgang mit Menschen, die etwas für einen tun können und den Umgang mit Menschen, die nichts für einen tun können. Diese Kultur wird in Unternehmen eher weniger gepflegt. Da herrscht noch das Verständnis vor, dass man, wenn teure Bilder auf der Vorstandsetage hängen, ausreichend viel für die Kultur in einem Unternehmen getan hätte. Moderne Unternehmen verzichten lieber auf die Ölschinken und investieren in die Umgangskultur, denn ein hohes Niveau an Umgangsformen zur Unternehmenskultur zu machen, zeichnet Unternehmen in Zukunft auf besondere Weise aus. Wenn die Onlinetüren und Fenster aufgerissen werden und jedem, der will, Einblick gewährt wird und er sich vor allem davon ein Bild machen kann, wie mit ihm umgegangen wird, mit jemanden, der so auf den ersten Link nichts für sie tun kann. Denn nichts sagt mehr über Unternehmen und Menschen aus, als dieser Umgang. Somit müssen viele ein neues Kulturprogramm lernen. Oder sollten.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:51

Donnerstag, 2. April 2009

Größenproblematik

Das Handling von Erfolg wird immer schwerer und unmöglicher, umso größer die Unternehmen werden. Denn ein funktionierendes Team besteht nicht aus 35.000 Mitarbeitern sondern letztendlich aus 8 bis 15 Menschen. Da aber Machtanspruch in Unternehmen vor allem damit zu tun hat, für wie viele Mitarbeiter und Umsatz man zuständig ist, so lange funktionieren diese Systeme nicht. Also nicht im betriebswirtschaftlichen Sinne, da zählen andere Faktoren, die sich meiner Zielsetzung gänzlich entziehen. Somit funktionieren „Größen“ am besten, wenn sie diese Menge nicht überschreiten und damit sollten große Unternehmen aus 8 bis 15 Mitarbeitern in einem Team bestehen. Und das kann es ja dann 2.900 mal geben. Die Verbindung dieser Einheiten ist der eigentliche Auftrag.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:39

Mittwoch, 1. April 2009

Ideenproblematik

In der Regel werden Einfälle mit Ideen verwechselt. Das liegt einfach daran, dass Menschen in bestimmten Positionen wirklich glauben, unfehlbar zu sein und dass jeder Gedanke, der ihrem Hirn entspringt, einfach genial ist. Und das müssen alle sofort begreifen und deshalb müssen diese Ideen auch sofort umgesetzt werden. Welche natürlich zum Scheitern verurteilt sind. Nun tut sich eine unglaubliche Chance auf, das Scheitern. Aus diesem könnte man schlauer werden und immer besser scheitern, bis man letztendlich erfolgreich ist. Aber Menschen mit der Einstellung zur Unfehlbarkeit verpassen auch diese Chance, denn Schuld haben natürlich die anderen: Muss man denn alles selbst machen?

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:24

Dienstag, 31. März 2009

Entscheidungsproblematik

Geschwindigkeit ist entscheidend. Denn wer schnell richtig entscheidet, hat alle Vorteile auf seiner Seite. Wer schnell falsch entscheidet auch, denn er kann die Entscheidung schneller korrigieren. Diese Systematik trifft man aber in den meisten Unternehmen nicht an, sondern jede Entscheidung muss durch die Mühlen aller, die mehr oder weniger zu sagen haben. Da es aber Unart des Menschen ist, zu allem seinen Teil beitragen zu müssen und etwas daran zu ändern, damit es auch seins ist, sehen Entscheidungen oftmals so merkwürdig aus, wie sie nun mal aussehen. Somit sind Systeme im Vorteil, die entscheidungsfähig sind. Alle anderen haben einen entscheidenden Nachteil.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, Ablaufproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:14

Montag, 30. März 2009

Ablaufproblematik

Die Dinge sollen immer auf dieselbe Art ablaufen, was sie aber zunehmend weniger tun. Nun sind die Ablaufmechaniken so starr, dass nur wenig Freiraum möglich ist. Modernere Systeme sind flexibler, da sie sich mehr am Ergebnis orientieren. Die Abläufe sind in der Regel ähnlich aufgepumpt wie die Strukturen. Auch erfüllen Abläufe meist mehr einen Selbstzweck, als sich am Ergebnis zu orientieren. Die Dinge müssen so laufen, nicht weil es einen Sinn ergibt, sondern weil es viele so wollen. Auch krallen sich viele an Abläufe, um ihre Daseinsberechtigung unter Beweis zu stellen, auf Kosten des Ergebnisses. Unternehmen, die das Bessere immer dem Guten vorziehen und das schneller als alle anderen, werden in Zukunft überlegen sein.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstelungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:21

Samstag, 28. März 2009

Tschakka

Endlich hat es ihn erwischt den Wolf. Vier Spiele hat es gedauert. Aber immerhin. Jetzt können wir endlich wieder schwarzsehen. Doch ist es immer wieder erstaunlich. Da gurkt eine Fußballmannschaft eineinhalb Jahre lang über die Äcker der zweiten Bundesliga mit der Emotion einer kalten Pizza vom Vortag, dass zum Schluss auch der eingefleischteste Pizzafan auf eine lauwarme Berliner Weiße mit Schuss umsteigen will, als das Präsidium die Leuchtrakete eines neuen Geldgebers zündet. Das erweist sich zwar schnell als Blendgranate, doch der im Zuge des großen Knalls installierte neue Manager feuert kurz entschlossen den Kurz. Für alle, die nicht folgen können. Die Rede ist vom TSV 1860 München, einem Fußballverein, mit dem Selbstverständnis des ewigen Deutschen Meisters, auch wenn das ungefähr so lange zurück liegt wie bei Hertha BSC. Ganz in Unkenntnis, dass sie meistens so kläglich spielten wie in der Bayernliga, in deren Untiefen sie Jahrzehnte die Wiesen umpflügten.
Jedenfalls folgte auf den irgendwie angenehmen, wenn auch glücklosen Vertreter Marco Kurz, der großmäulige Trainer Uwe Wolf, er möge es mir verzeihen. Schaffte er es jedenfalls in seinen ersten vier Spielen als Cheftrainer gleich zweimal wegen Reklamierens auf die Tribüne verbannt zu werden. Doch auch das Unglaubliche ist eingetreten. Gleich vom ersten Spiel weg forderte er sein Team lautstark auf, jedes Spiel gewinnen zu wollen. Und was geschah? Zwei Spiele hintereinander wurden gewonnen, das nächste ging remis und das Letzte gar ganz unglücklich aus. Gleichwohl aber spielte Wolfs Team plötzlich Fußball und wollte gewinnen.
Sollte das wirklich so einfach sein? Können Rumpelfüßler nur wegen der anderen
Ansprache plötzlich dribbeln wie Messi, einnetzen wie Toni und Eier haben wie Kahn?
Ja, denke ich. So einfach ist das. Wenn ich mal unterstelle, dass Fußballer in der 2. Liga grundsätzlich Fußball spielen wollen und Kondition für 90 Minuten hätten. Dann ist es die Aufgabe des Trainers, sic des Managements alles von den Mitarbeitern fernzuhalten, was deren intrinsischer Motivation zuwider läuft, gute Leistungen abzurufen, um in der Fußballersprache zu bleiben. Am Ende des Tages muss man sehen, was rauskommt.
Im Prinzip liegt es in der Natur des Menschen, das was er tut, so gut wie möglich zu tun. Ein Management, sei es Trainer, Abteilungsleiter oder Unternehmer muss dieses Grundbedürfnis lediglich durch bestmögliche Bedingungen fördern, mit fairen Zielvorgaben kanalisieren, durch eigenes Vorleben glaubhaft machen und mit planvollem Teambuilding optimieren. Es geht darum, Hindernisse bei der Selbstverwirklichung aus dem Weg zu räumen. Es geht darum, dem Einzelnen ein Weiterkommen zu ermöglichen und der Mannschaft dabei eine glaubhafte Aufgabe, Philosophie oder Vision mitzugeben, die sie wachsen lässt. Auch wenn Spötter meinen, wer Visionen hat, solle besser zum Arzt gehen.
Wenn man Menschen so einsetzt, wenn man ihnen vertraut, wenn man sie respektiert und wenn man sie fordert, dann kann es passieren, dass ganz großartige Dinge entstehen. Wenn jenseits von plattem Tschakka, Incentives oder Negativdruck die Freude und der Stolz am eigenen Tun zugelassen werden, dann kann es passieren, dass man zwar immer noch Spiele verliert, weil die anderen schlicht den besseren Tag erwischt haben. Aber zum einen hat man dann die Hemden wenigstens ordentlich durchgeschwitzt und zum anderen hat man dem Gegner zumindest den Rasen zertreten. In diesem Sinne: Ein kräftiges Tschakka!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Management Denkanstöße um 07:30

Freitag, 27. März 2009

wir - [Wiederholung vom 25. Septmeber 2006]

wir waren jung. wir hatten recht. wir hatten viel geld. wir erkauften uns respekt. wir trugen hosenträger. wir hatten immer viel vor. wir hatten immer wenig zeit. wir waren schlauer. wir hatten größere ziele. wir hatten riesen visionen. wir tranken teure weine. wir schrieben mit teuren füllern. wir hörten nur uns. wir sahen nur uns. wir nahmen uns nur das beste. wir waren uns so sicher. wir waren unbesiegbar. wir fuhren 280 km/h. wir waren vorne. wir überholten alle. wir waren besser. wir hatten aktien. wir reisten ans ende der welt. wir machten uns großzügige geschenke. wir wohnten weiträumig. wir waren sehr teuer bekleidet. wir flogen business. wir rauchten zigarren. wir schauten auf teure armbanduhren. wir nächtigten in 5 sternen. wir verstießen gegen das betäubungsmittelgesetz. wir bogen unsere eigene moral. wir dachten, wir hätten viel spaß. und dann war alles vorbei. wir hatten uns getäuscht. einfach geirrt. wir dachten, das geht alles für immer so weiter. da haben wir falsch gedacht. ganz falsch. und von dem wir bin fast nur ich geblieben. ich, der sich heute nicht denkt: wie können andere so dumm, naiv, ignorant und überheblich sein. weil ich es selbst erlebt habe. ein gedanke zum schluss, eventuell waren wir nur ich?
Jetzt zitiere ich mich schon selbst. Wow. Aber es passt einfach so gut. Also, erster Erscheinungstermin war 2006-09-25 07:01.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 15:48

Einstellungsproblematik

Die Wahl der richtigen Einstellung wird immer wesentlicher. Der Jobmarkt macht es möglich, dass man getrost darauf verzichten kann, Mitarbeiter aufwendig zu motivieren. Sondern man holt sich einfach motivierte Mitarbeiter, denn bekanntlich hält dieses Motivationstheater nicht lange an und die von zu Hause aus motivierten Menschen nerven solche „Schaka-Schaka“ Programme. Somit wundert es, mit welcher Einstellung sich viele noch an die Arbeit wagen, denn man kann Menschen ja bekanntlich nicht ändern. Somit wird die Luft dünn für Menschen mit der falschen Einstellung. Denn was Menschen mit der richtigen Einstellung bewegen und bewirken können, stellt alles andere weit in den Schatten.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 13:53

Donnerstag, 26. März 2009

Einfachheitsproblematik

Anstatt es uns einfacher zu machen, wird alles verkompliziert. Das ist mehr ein Selbstzweck als ein Nutzen. Die Menschen machen die Sachen komplizierter, weil sich damit ihre Daseinsberechtigung besser darstellen lässt. Die Angst herrscht vor, man würde sich und viele andere überflüssig machen, wenn man alles schnell und einfach machen würde. Deshalb konstruiert man möglichst undurchsichtige komplizierte Konstruktionen, damit die eigene Existenz gewahrt bleibt. Das Blöde daran ist nur, dass gerade diese Einstellung dazu führt, dass Menschen immer dort aussteigen, wo der Nutzen immer undurchsichtiger wird und die Begegnung immer komplizierter. Deshalb wachsen diese Abteilungen in Unternehmen auch so rasant, weil niemand sich mit diesen auseinandersetzen will und kann. Der Verlust durch dieses Denken und Handeln ist enorm. Somit muss auch hier ein Umdenken stattfinden, das einfach deutlich als erstrebenswerter herausstellt und belohnt.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Human Marketing um 07:17

Mittwoch, 25. März 2009

Von der Natur lernen: Lektion in Individualität

Anpassung ist nur die halbe Wahrheit, denn nichts in der Natur gleicht dem anderen. Es soll sogar keine zwei gleichen Schneeflocken geben. Somit sind für den Menschen das alles, vereinfacht gesehen, Bäume oder Konsumenten. Aber wer genau hinsieht, versteht, dass es nicht alles Bäume sind, nicht alles dieselben Konsumenten, sondern Individuen. Und jeder ist zum Glück anders, auch wenn alle Zielgruppe mit Nachnamen heißen. Man kann alle zusammen abholzen, erreichen muss man aber jeden einzeln.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing, Flora, Human Marketing, Management Denkanstöße, Marketing Denkanstöße um 15:26

AIG

Es muss Mitte der Achtziger gewesen sein. Charly Häusler schuf in den „Münchner G'schichten" als aufstrebender Kundenberater im Reisebüro den Begriff der Negativwerbung. Die Zeit war damals noch nicht reif und der Tscharly saß nach einem Tag Arbeit schon wieder im Englischen Garten. Die Negativwerbung feiert indes fröhliche Auferstehung.Ob man es der American International Group nachmachen sollte, kürzlich noch der Welt größte Versicherer und heute ungefähr so populär wie Al-Qaida wie die SZ süffisant vermutet, bleibt zu überlegen. Zumindest wird hier die Negativwerbung auf die Spitze getrieben: Kein Mitarbeiter der AIG würde heutzutage auf die Idee kommen, sein Mitwirken über Firmenlogo oder Schriftzug bekannt zu machen, kein Yellow Cab würde seine schön lackierte Droschke der Gefahr aussetzen, AIG-Aufkleber aufzubringen. Dann doch lieber nachts um 03:00 nach Queens. Hoffentlich schwappt diese Welle nicht zu uns - auch wenn die Erfahrung Gegenteiliges vermuten lässt.Ich stelle mir gerade vor, dass unser allseits seit Kindertagen beliebte Herr Kaiser mit dem Aktenköfferchen nicht mehr mit einem blitzenden Familienlächeln begrüßt wird, sondern von einem glänzenden Stern aus Untertürkheim, nicht geparkt sondern geschleudert. Dass wir bei dem Kaufhauserpresser Arno Funke formally known as Dagobert nicht mehr an den irgendwie sympathischen Berliner Ganoven denken, sondern an den feinen Herrn Funke aus dem Münchner Stadtteil Lehel. Dessen Hypo Real Estate zwar mit vorerst über 100 Milliarden Steuergeld über Wasser gehalten wird, der sich dennoch weiterhin als Dagobert sieht und weiterhin in seinen Millionenboni schwimmen will, wie der andere Dagobert aus Entenhausen.Hoffentlich lässt er sich seine Boni und Renti nicht auch auf einmal auszahlen wie Onkel Dagobert Zumwinkel von der Post, der sich quasi aus unserer Portokasse eine mittelalterliche Burg am Gardasee als Raubritternest geleistet hat. Ein schönes Bild. Sonst weiß Häuptling Steinbrück letztlich gar nicht mehr, welche Kavallerie er den diversen Indianern schicken soll, ihre liechtensteinschen Goldnuggets einzutauschen. Von denen Oberindianer Alois allerdings beteuert, dass sie alle im Schweiße ehrlicher Arbeit geschürft wurden - sozusagen im Tageslicht und nicht im Dunkel irgendwelcher Bankgeheimnisse.Was soll man heute davon halten, wenn der Sohn sagt, er will einen seriösen Beruf ergreifen: Ich will Banker werden! - Um Himmels willen, dann doch lieber Castingjuror, Germanys übernext Topheidi oder Prä-Dschungelbewohner, also irgendwas mit Fernsehen. Ja, da soll er doch lieber was Gescheites lernen, Jura zum Beispiel. Aber dann, oh je, wird er noch plötzlich wie KT aus heiterem Himmel zum Loddarmaddäus des Wirtschaftsministeriums berufen und ist plötzlich noch unbeliebter als jeder AIG-Azubi, auch wenn der bei seiner Wegrationalisierung keine Boni bekommt, sondern weiter Soli zahlen muss. Das ist der Beitrag, der vor 20 Jahren für höchstens ein Jahr eingeführt wurde, ehrlich!Jetzt aber zurück. Also, das mit der Negativwerbung, das haben sie richtig gut hingekriegt. Respekt! Nur wollte der Tscharli damals doch etwas Gutes bewirken mit der Nennung ungeschminkter, aber unschöner Wahrheit. Also ehrlich, Tscharli, so unschön hätte es jetzt gar nicht sein müssen, oder?

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 07:17

Emotionsproblematik

Wir sind alle das Produkt unserer Sozialisierung. Folglich passen Gefühle nicht zur Arbeitswelt. Dort soll man seine Emotionen kontrollieren, Emotionen sind nur störend. Wie falsch diese Denkweise ist, zeigt unser übergroßes Verlangen nach Emotionen, sobald wir die Arbeit verlassen. Wir haben ein emotionales Defizit, das wir versuchen auszugleichen. Emotionen sind der Zutritt zu allem, was uns lieb und wichtig ist, auch im geschäftlichen Sinn. In der Vergangenheit hieß die zentrale Emotion „Angst". Mit Hilfe dieser ist das entstanden, was bis dato unser Wirtschaftsbild prägte. Aber diese Emotion hat sich abgenutzt und ist nicht mehr zeitgemäß. An ihre Stelle tritt nun die Lust. Dieses Umdenken fällt aber

vielen sichtbar schwer. Doch die Entwicklung nimmt darauf keine Rücksicht, die Angst als emotionaler Motor ist ein Auslaufmodell, die Menschen wollen diese nicht mehr. Aber „Lust“ müssen viele erst lernen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:10

Dienstag, 24. März 2009

Der Staatsfonds Nr. 1

Na endlich. Es ist soweit. Ein arabischer Staatsfonds steigt bei Daimler ein. Vielleicht fangen sie nun endlich an, ihr Business-Modell zu hinterfragen. Damit sie nicht dort landen, wo Opel heute ist. Die Zahlen und Perspektiven zeigen schon in die gleiche Richtung. Opel war schließlich auch nicht immer so eine Loser-Marke wie heute (ist doch so: wenn du heute nonverbal mitteilen will, was für ein Loser du bist, fahr Opel). Diplomat, Admiral, Kapitän. Das waren großlitrige Spitzenmodelle, Aufsteiger-Autos. Fahruntersätze, die einen klar positioniert haben. Die gesagt haben, wer was hat, und wer nicht. Mit Opel konnte man damals die Minderbeliterten auf die Plätze verweisen. Natürlich war klar, dass Opel nur für den Aufbruch taugt. Wer es wirklich geschafft hatte, für den gabs nur eins: Benz. Und nun also irgendwelche fremden Investoren. Na und? Gibt's wen, der den Niedergang "unserer" Ingenieurs-Kultur bedauert? Ja. Den Niedergang schon, aber den jetztigen Status doch nicht? Will irgendwer das erhalten? Lasst euch nicht veropeln!
Eine Gesellschaft ohne Visionen ist zum Untergang verurteilt. Eine Gesellschaft mit den falschen Visionen sowieso. Eine Gesellschaft, deren einzige Vision darin besteht, auf der Autobahn links zu fahren, muss weg. Her mit dem Elektro-Auto! Her mit der Technologie-Wende! Her mit eurem Drecks-Araber-Geld!

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 09:37

Strukturproblematik

Wohin man sieht, sieht man veraltete Strukturen. Warum gibt es 16 Bundesländer? Warum sitzen über 500 Menschen im Parlament? Warum 20 Vorstände? Welche Funktionen haben Aufsichtsräte noch? Warum werden alte Strukturen weiterhin bewahrt und weiter aufgepumpt? In Konzernen dasselbe Bild. Die Strukturen müssen sich eigentlich ständig den Gegebenheiten anpassen. Das tun sie aber nicht, denn mit diesen sind immer Interessen verbunden. Interessen, die nicht mit dem Ergebnis, der Leistung oder der Qualität verbunden sind, sondern nur Bestand bewahren sollen. Die würden noch 100 Jahre Autos bauen, die niemand braucht und will, wenn sie jeden Monat ihr Gehalt weiter bekommen würden. Alle machen solange weiter, auch wenn es völlig sinnentleert ist, bis das Ding sehenden Auges vor die Wand fährt. Veränderungen sind unmöglich bis aussichtslos, weil Strukturen nicht zu verändern sind und weil diese meist wie in Stein gemeißelt verteidigt werden. Und wenn einer dieser vielen ominösen und schwachsinnigen Umstrukturierungen mal wieder alles durcheinander bringt, dann nicht, um etwas zu ändern, sondern um den Bestand weiter zu sichern und zu wahren. Diese Starrheit von Strukturen macht wichtige und sinnvolle Veränderungen unmöglich. Am Ende wird es z.B. in Krankenhäusern nur noch Verwaltung geben, weil man sich Ärzte nicht mehr leisten kann.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:29

Montag, 23. März 2009

Eine Kurzgeschichte

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion, Spontaneitäten um 19:00

Der Fortschritt: Es fährt ein Zug nach Irgendwo

Geschrieben von Mr. Brown in Business Lösungen, Management Denkanstöße, Marketing Denkanstöße, Marketing Lektion, Wilde Thesen um 12:57

Innovationsproblematik

Der Zug der Entwicklung fährt weiter und weiter und das zudem auch immer schneller. Und der Großteil der unternehmen hat es nicht mal bis zum Bahnhof geschafft. Es ist schon beeindruckend, mit anzusehen, wie sich Konzerne die Butter vom Brot nehmen lassen und davon nicht mal was mitbekommen. Es ist die Arroganz, die Position und die Distanz. Alles das verbaut den Blick für das, was da gerade passiert. Druckt ihr noch oder sendet ihr schon? Das Internet hat und wird die Welt in der wir leben total verändern. Weitaus mehr als es der Dampfmaschine gelungen ist. Wir stehen nach der Industrialisierung nun mitten in der Digitalisierung und die meisten verstehen das noch immer nicht. Glauben, das wird schon nicht so schlimm sein und vorübergehen. Alle Innovationen führen somit in Sackgassen, denn alle Innovationen, die zu Wertschöpfung führen sollen, müssten eigentlich die Wörtchen „Digital“ und „Internet“ beinhalten. Tun sie aber nicht. Somit haben wir eine kollektiv falsche Orientierung der Innovationsdynamik. Wenn etwas uns wirklich teuer zu stehen kommen wird, dann dass diese Industrie und Politik an alten Vorstellung zu lange festgehalten hat und neue nicht angepackt hat. Dieser Zug ist abgefahren. Und wenn nicht aus irgendeinem Grund dieser Zug noch einmal anhält, dann sieht es für die alten Vorstellungen und das damit verbundene schöne Geld und Kapital richtig übel aus.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 10:13

Sonntag, 22. März 2009

Von der Natur lernen: Lektion in Effizienz

Ohne Meetings. Ohne Businessplan. Ohne Controlling. Ohne Riskmanagement. Ohne Berater. Ohne Börse. Ohne Bank. Ohne Gewerkschaften. Ohne Heuschrecken. Ohne Aufsichtsrat. Ohne Beteiligungsgesellschaften. Ohne PowerPoint. Ohne fast alles ... reine Effizienz. Einfach brilliant. Mit wie wenig man so lange, so viel erreichen kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing, Human Marketing, Marketing Denkanstöße, Marketing Lektion um 11:58

Freitag, 20. März 2009

Der größte Hammer kommt erst noch

Ja, die Banken, jaja. Und die Versicherungen, jaja. Und Opel, jaja (manche nennen die Dinger von Opel sogar Auto, aber ich weiß nicht! Ich finde, das hat was von Förderwerkstatt, wo nachher aufm Flohmarkt verkauft wird, was die Kinder gebastelt ham). Ja, und natürlich die bankrotten Staaten in Osteuropa (plus Irland)(und Spanien), jaja. Und das Bruttosozialprodukt, jaja. Das ist alles ganz schön schlimm und beängstigend. Aber das Schlimmste überhaupt, das kommt erst noch.
Wenn die nämlich so weitermachen, und noch mehr Verluste und Abschreibungen und Ofenrohr und Gebirge, dann kanns sein - dann kommt nämlich der Fiskus, und dann gehts erst richtig ab. Mit den Taliban oder der Mafia oder den Chinesen oder Russen kann man ja noch reden, aber mit dem Fiskus? Mein Lieber! Das wird bös.
Die werden sich das anschauen und sagen: Keine Gewinnerzielungsabsicht. Alles nur Hobby. Alles nicht absetzbar. Geld zurück. Und dann - wie gesagt - wirds richtig bös.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:57

Wertproblematik

Wertschöpfung entsteht nur aus Wertschätzung, Wertschätzung für das Wesentliche. Diese verändert sich, denn die Wertschöpfungsketten entwickeln sich weiter. Zur Zeit hat 98% der an der Börse gehandelten Transaktionen nichts mit produzierendem Gewerbe zu tun. Vor 20 Jahren war das noch anders bzw. anders herum. Das bedeutet, dass Produkte nicht mehr den Wert darstellen, den sie mal hatten. Das ist in der Politik und in der Wirtschaft und bei den Menschen noch nicht angekommen.
Wir sind nun im Zyklus des Mehrwertes. Das heißt, es lässt sich alles gut, besser und teurer verkaufen, wenn man Mehrwerte schafft, die nicht zwingend etwas mit dem Produkt zu tun haben müssen. Wir entfernen uns somit vom Produktnutzen, was nichts ungewöhnliches ist, denn auch der eigentliche Produktnutzen hat Menschen weitaus weniger interessiert als ursprünglich die damit verbundenen Primärbedürfnisse. Aber auch diese entwickeln sich weiter.
Somit entstehen sehr erfolgreiche Unternehmen, die mit den eigentlichen Produkten nichts am Hut haben, aber diese mit einem sensationellen Mehrwert verbinden. Und siehe da, dem Markt ist es egal. Ganz im Gegenteil, der orientiert sich mehr und mehr am Mehrwert. Wer das nicht sieht und nicht versteht, der kann dabei zusehen, wie sich sein Geschäftsmodell in Luft auflöst und andere plötzlich sein Geschäft machen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:09

Donnerstag, 19. März 2009

Selbsterfundene Witze

Sind nicht witzig, aber egal, wer findet Witze schon witzig?
Zum Beispiel den hier: Die Iren sind im SUV immer so schlecht drauf! - Aaahahaha!
Na? Mitgekommen? Der ist doch der Brüller, oder? Im SUV! Bei der Krise und so! Die Iren, die trinken doch so gern einen. War selber schon da, könnt mich richtig zu Hause fühlen. Und so ein Brüller ausgerechnet, wo die Krise jetzt schon vorbei ist. Oder auch nicht. Egal. Ich mein, wir sollten einfach schon mal anfangen mit Selbermachen. Selbermachen wird bestimmt das gaaanz große Ding. Also: Was geht rauf, wenn alles andere runter geht? Genau:Obi! Und Kleenex. Genau: Darum!!!! Selber Witze. Selber Möbel. Selber Liebe. Obwohl, ich weiß eigentlich gar nicht, wenn ich mit mir ne Beziehung haben müsste (sag ich mal so), obs mir da wirklich auf Liebe ankäme. Oder doch vielleicht einfach nur auf S*e*x.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:56

Bedarfsproblematik

Ein weiteres Problem stellt der Bedarf dar. Das älteste Gesetz gilt bisweilen: die Nachfrage regelt das Angebot. Nur der Bedarf ändert sich. Die Menschen definieren ihren Bedarf nach der Befriedigung ihrer Primärbedürfnisse. Wenn diese Wirkung abebbt oder ausbleibt, wendet sich der Konsument dem zu, was in höherem Maße sein Primärbedürfnis befriedigt. Somit kommunizieren viele die völlig falschen Bedürfnisse, die so genannten Sekundärbedürfnisse. Was zur Folge hat, dass die Primärbedürfnisse geschwächt werden bis zur völligen Zerstörung. Somit ist klar, dass man nur Primärbedürfnisse nachhaltig befriedigen und somit auch kommunizieren sollte. Aber da die Entscheider und Macher in der Regel nur ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen, haben die keinen Sinn für Primärbedürfnisse. Volumen- und Mengenziele als Bedürfnisse zu deklarieren, ist völlig falsch und führt dahin, wo wir sind. Was nutzt es einem, Marktführer zu sein, wenn man dabei Pleite geht? Das ist so wie mit dem Fischen. Anstatt ein Gleichgewicht zwischen Beständen und Fischen zu erzielen, wird wegen falscher Bedürfnisse bis zum letzten Fisch alles leergefischt. Bis es keine mehr gibt. Der Mensch befriedigt somit die falschen Bedürfnisse, die Sekundärbedürfnisse, und die bestehen in der Regel nur aus numerischen und materiellen Zielen. Eine gute Bedarfspolitik heißt, immer ein Brötchen weniger in der Auslage beim Bäcker, als der Konsument wirklich braucht.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:33

Mittwoch, 18. März 2009

Die Zielproblematik

Jede Marktphase verfolgt ihre eigenen Ziele. In der Eroberungsphase will man so viele Marktanteile, wie man nur erobern kann. Somit hat man ausschließlich Wachstumsziele. Eigentlich lohnt es sich, diese zu erzielen, um genügend Polster für die nächste kommende Marktphase zu haben. Denn im Verdrängungsmarkt werden die einen besser und die anderen billiger. Wer also Kapital gehamstert hat, wird besser. Allen anderen bleibt nur, billiger zu werden. Leider haben sich Unternehmen auf diese Entwicklung in der Regel nicht eingestellt, sondern sie wähnen sich noch immer im Eroberungsmarkt, obwohl sich der Verdrängungsmarkt schon dem Ende neigt und in den Bereinigungsmarkt übergeht, in dem sich der Markt von Unternehmen, Distribution und Produkten und Dienstleistungen verabschieden darf. Im Bereinigungsmarkt wird besonders deutlich, wer aus den vorangegangenen Phasen mit Bedacht herausgekommen ist, denn hier eskalieren die Preise. Der erbitterte Überlebensmarkt treibt Blüten, welche den Markt vollends überhitzen und somit verbrennen. Das Interesse der Kunden erlischt an diesem Markt und somit auch das der Unternehmen. Übrig bleiben einige wenige, die nach dem Bereinigungsmarkt in den Erneuerungsmarkt übergehen und darin eine neue Rolle spielen, als Überlebende. Alle Märkte durchleben diese Phasen, aber die meisten Unternehmen wollen das nicht wahr haben. Reagieren gar nicht oder zu spät. Oder verhalten sich so, wie es in der jeweiligen Marktphase nicht schädlicher für den eigenen Markt sein könnte.Schade für die einen, um so besser für die neuen. Denn wenn so Platz geschaffen wird, weil Primärbedürfnisse nicht mehr befriedigt werden, dann freut sich um so mehr der nächste Markt, welcher diese wesentlichen Primärbrdürfnisse im Sinne des Konsumenten befriedigen darf. Was für eine Chance, was für ein Erfolg und nur, weil die anderen das Segment freigegeben haben. So ändern sich die Märkte. Damit stellt sich wirklich die Frage, warum man versucht, ein untergehendes Primärbedürfnis zu unterstützen, das man nicht mehr aufhalten und retten kann, wenn die neuen schon Schlange stehen. Wenn man an anderen Stellen ohne großen Aufwand eine völlig neue Wertschöpfung erzielen könnte. Wir wissen warum.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:08

Dienstag, 17. März 2009

Interessenproblematik

Welches Interesse verfolgt jemand oder ein System? Vor dem Hintergrund, dass zum überwiegenden Teil die Gefängnisse voller Menschen sind, die ihre Unschuld beteuern, kann man sich ausmalen, wie es um die Interessen in der Wirtschaft bestellt ist. In der Regel sind die Interessen sehr einfach strukturiert. Sie bestehen aus den persönlichen Interessen und dann kommt erst mal lange nichts. Und dann kommt noch mal lange nichts. Und dann kommen die Interessen dran, welche die persönlichen zusätzlich unterstützen. Und dann kommt wieder lange nichts. Und dahinter erwarten uns die Interessen, welche die Interessen unterstützen, welche die persönlichen Interessen der eigenen unterstützen. Und so geht es weiter und weiter. Fällt ihnen etwas auf? Die allgemeinen Interessen haben mit der Sache, der Aufgabe, der Position, der Funktion nichts zu tun. Diese tauchen nicht auf. Das beschreibe ich als Interessenproblematik. Wenn zu viele Menschen die falschen Interessen vertreten, dann wirkt sich das primär auf das Ergebnis aus. Und zwar negativ. Sehr negativ.Somit unterliegt die Wirtschaft einer Wellenbewegung, die sich daraus ableiten lässt, welche Interessen gerade von der Mehrheit vertreten werden. Haben diese etwas mit der Sache zu tun, dann kann man durchweg positive Ergebnisse erkennen und bewundern. Wenn nicht, dann sieht es so aus, wie es gerade aussieht. Der Interessenskonflikt wird vor allem im Ergebnis sichtbar. Die Verantwortlich spüren davon nichts. Denn alle legitimiert sie nur und alleinig, ihre eigenen Interessen zu verfolgen. Die anderen machen das doch auch. Mit einer solchen Einstellung wundert einen nichts mehr. Was einen wundert ist, dass man mit denselben einseitig Interessierten sich darüber berät, wie man aus dieser Situation herauskommt. Um auf mein einleitendes Beispiel zurückzukommen, man bespricht sich mit Häftlingen, wie man die Kriminalität sinnvoll bekämpft. Und es kommen dabei so seltsame Sache heraus, wie Straffreiheit, Straferlass, Freigang, Appartements und last but not least, eine großzügige finanzielle Unterstützung für Täter. Denn wenn die Täter alle im Geld schwimmen würden, würden diese sich denn dazu hinreißen lassen, kriminell zu werden? Mit großer Übereinstimmung kommen alle zu dem Ergebnis, sicher nicht. Und alle anderen wundern sich.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:03

Montag, 16. März 2009

Handlungsproblematik

Nicht, dass es keine Lösungen gäbe ober wenigstens viel versprechende Ansätze. Die Umsetzung ist faktisch ausgeschlossen, da alle großen Unternehmen immer noch eine militärische Struktur haben. Somit nur Befehle von oben nach unten verfolgt und umgesetzt werden und nur Ideen, die von oben kommen, richtig sein dürfen. Die personelle Auswahl dieser Top Down-Strategie, wird natürlich so ausgewählt, dass man Befehlsempfänger an den richtigen Positionen sitzen hat, die nicht mit so einem Quatsch wie Widerworten oder eigenen Ideen um die Ecke kommen und alle nerven.Wenn man bedenkt, wie alle großen Ideen Wirklichkeit wurden, dann versteht man auch, warum diese jetzt so lange und so teuer ausbleiben. Es fing in Garagen an, in Kellern, es fing mit Fehlern an, mit Visionen, es fing mit Löschpapier an, mit Zufällen und mit Schicksal. Es fing mit Streit an. Es fing mit Naivität an. Es fing mit viel Intuition und Leidenschaft an. Alles ganz Große fing mal ganz klein an. Und wurde dann erst groß, weil es vorher klein war. Und als es klein war, dann war die Handlungsfähigkeit noch sichergestellt. Keines dieser Unternehmen war von Anfang an groß. Das gibt es nicht. Aber große Unternehmen haben von dieser Dynamik schnell Abstand genommen. Sie verteidigen, erklären, variieren, verwalten das, was sie einmal groß gemacht hat, aber die Handlungsfähigkeit, welche mal der Garant für Erfolg war, der verpufft.Einige wenige haben sich das bewahrt. Nicht, weil sie schlauer sind als andere, sondern weil sie durch Zufall in regelmäßigen Abständen schmerzlich darin erinnert wurden, woher sie kommen und wohin die Reise auch wieder gehen könnte. Wenn man mal glaubt, unsinkbar und unantastbar zu sein, dann verliert man diese wichtige Eigenschaft der Handlungsfähigkeit für die Sache. Diese geht nahtlos über in eine andere Form der Handlungsfähigkeit, die ausschließlich persönliche Aspekte bedient. Welches Unternehmen es schafft, sich diese wichtige Eigenschaft zu bewahren, dem kann so gut wie nichts passieren, also bei weitem weniger als den vielen, die im Prinzip in der Sache handlungsunfähig sind. Auch hier geht es im Kern um Interessen. Hat man Interesse an der Sache oder nicht. Der überwiegende Teil, den man auch öffentlich beobachten darf und kann, hat für mich offensichtlich kein Interesse an der Sache. Auch wenn sie das wiederholt sehr eloquent behaupten.Sie beschäftigen sich mit anderen Dinge, teuer und intensiv, die mit der eigentlichen Sache aber auch gar nichts zu tun haben. Das verheerende Ergebnis dieser Handlungsproblematik kann man gerade in diesen Zeiten gut beobachten.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:51

Sonntag, 15. März 2009

Wo ist die Kokosnuss?

Immer wieder schön zu lesen, wenn jemand was schreibt, was nach klaren Worten klingt. Heute: Barry Ritholtz's "Monkey theory" - ein hübsches Stück über Affenjungen.
Auf die Frage, was die wichtigste Lektion in Finanzdingen, die er je gelernt hat: "Du bist ein Affe. Daran krankt alles. Ein halbwegs cleverer, hosentragender Primate. (...) Da ist eine Banane? Die will ich haben. (...) Wenn wir über Deregulierung sprechen, sprechen wir darüber, den Affen in Zaum zu halten. Ich möchte keine Märkte regulieren, sondern die Idioten, die am Schalthebel sitzen, die müssen wir regulieren." Hab ichs nicht auch immer gesagt? Ein betrunkener Schimpanse hätte das besser gekonnt.
Apropos Tierwelt: Ameisen gelten doch oft als sozial, altruistisch, ein Musterbeispiel für soziales Miteinander. Irrtum: Ameisen sind betrügerisch und korrupt. "Offensichtlich sind Ameisen auch nur Menschen – jedenfalls was den Eigennutz angeht. Die Wissenschaftler entdeckten, dass bestimmte Ameisen das selbstlose System betrügen, um dadurch sicher zu stellen, dass ihre Nachkommen Königinnen werden (...)." Damit nicht genug. Um zu verhindern, dass der Betrug entdeckt und eventuell abgestellt wird, gehen die Betrüger sehr umsichtig vor. Sie tricksen nur so viel, dass es dem braven Rest der Ameisen nicht auffällt. "Wenn sich in einer Kolonie zu viele einer genetischen Linie zu Königinnen entwickeln, würden die anderen Ameisen das merken und entsprechend dagegen handeln. Daher denken wir, dass die Männchen mit diesen Genen eine Technik entwickelt haben, um ihre Nachkommen über mehrere Kolonien zu verteilen und damit einer Entdeckung zu entgehen. (...) Nach Ansicht des Wissenschaftlers handelt es sich hier um eine evolutionäre Strategie der „Betrüger“ um einer Unterdrückung durch die altruistischen Massen, die sie ausbeuten, zu entgehen." Sieh an, wo ist uns so was Ähnliches nur schon mal begegnet?

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:54

Freitag, 13. März 2009

Netzwerkproblematik

In guten Zeiten ist fast für alle Netzwerke, die aus Menschen bestehen, Platz. Der Überbedarf muss gedeckt werden, somit sinkt der Anspruch an die Qualität eines Netzwerkes. Hauptsache man hat überhaupt Menschen für bestimmte Aufgaben.Die weniger guten in Netzwerken fühlen sich in denselben natürlich gut aufgehoben. Denn alleine hätten sie es nie so weit gebracht. Deshalb pflegen sie auch diese Netzwerke, weil sie alles tun, um nur nicht aus dem eigenen Netzwerk zu fallen. Die Aggressivität, mit der Netzwerke in Position gebracht, weiter nach oben geschoben und andere aus der Reichweite gehalten werden, ist enorm. Denn die Verlustangst treibt brutal an.In den USA kann man zur Zeit ein ähnliches Phänomen beobachten: Da es vielen Jobs an den Kragen geht, entledigen sich die weiblichen Mitarbeiter in erster Linie der männlichen. Nicht durch Qualität und Leistung, sondern durch den Vorwurf der sexuellen Nötigung. Auf diese Weise geht es einfacher und schneller sich zu behaupten. Somit kegelt es Reihenweise Männer gerade aus dem Job. Und die wissen nicht, was ihnen geschieht.Ja, wenn es eng wird, muss eben jeder sehen, wo er bleibt. Menschen mit hohen Qualitäten haben keine, pflegen keine und sind in keine Netzwerke eingebunden. Was allein schon darin begründet ist, dass Menschen mit hohen Qualitäten nicht minder viele Interessen haben, welche bedient werden sollen. Da bleibt keine Zeit und Lust für Netzwerke. Das einzige Netzwerk, was von diesen Menschen bedient wird, ist das der persönlichen Interessen. Und da gehören eher weniger als mehr Menschen zu.Menschen langweilen und stören da eher nur. Somit scheint es unabwendbar, dass, wenn es eng wird, gerade diejenigen sich behaupten, die sich nicht aus qualitativer Sicht durchsetzen, sondern die besser in ein politisches und strategisches Netzwerk eingebunden sind. Einige von Euch erinnern sich bestimmt noch an das Brettspiel „Stratego“. Der Vergleich hiermit liegt sehr nah und erscheint mir sehr richtig.Es geht nicht und nie um die Sache. Keinen von diesen Menschen interessiert wirklich eine Bank, ein Automobil oder was auch immer. Schon gar nicht der Markt, die Marke oder der Kunde. Der Überlebenskampf in solchen Systemen wird eher militärisch geführt. Hier geht es um Einheiten gegen Einheiten. Und nicht und nie um die Sache. Das ist immer ein Kampf der Systeme, der Netzwerke. Und leider nie ein Kampf um das, worum es wirklich geht.Somit können wir nun sehr gut beobachten, welche Netzwerke sich wie in Stellung gebracht haben. Wer seine Bodies um sich gescharrt hat. Schlagkräftige Allianzen geknüpft hat. Wer am besten alles dafür getan hat, um weiter einen Platz am Tisch mit dem großen Kuchen zu haben. Einen Sitzplatz.Die Guten sind für so etwas nicht zu haben. Ihnen fehlt die nötige Aggressivität und Habgier. Und ihnen fehlen die nötigen Netzwerke, vor allem das einzelne. Wer stützt schon einen begnadeten Einzelkämpfer? Man kann ganze Stammbäume aufzeichnen von Netzwerken in Stellungen, wer mit wem, seit wann, wo und wie. Netzwerke, die leider alle ein trauriges Schicksal teilen, sie werden keines der anstehenden Probleme lösen. Sie werden diese nur vergrößern. Deren Hoffnung besteht allein darin, sich so lange an Positionen und Macht zu klammern, bis das Donnerwetter vorüber ist.Bis jetzt hat das immer funktioniert. Nicht in denselben Unternehmen, aber das ist denen unter dem berühmten Strich am Ende doch völlig egal.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 10:18

Donnerstag, 12. März 2009

Bacaro in Tutzing am Starnberger See – Gute Gründe wieder und wieder zu kommen

Fotos: Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 20:11

Super, schon vorbei - die Krise!

Was wir brauchen, ist ein neues Konkunktur-Programm. Nicht dieses bisschen Kleinwagengepritschel, sondern ein richtig großes, ein richtig fettes Konjunkturprogramm. Der Dax ist zwar momentan über 3.900. Aber das dürfte eher ein Strohfeuer sein. Ist doch sowieso alles Psychologie. Dieses bisschen Rauf, bisschen Runter ist dem ästhetischen Befinden nicht klar genug. Stellen Sie sich einen Regenwurm auf der Straße vor, der zwei cm nach links, dann wieder nach rechts, dann wieder nach links, dann wieder nach rechts kriecht! Unerträglich. Das kann doch keiner mit ansehen. So ist es auch mit dem Dax. Das hält doch keiner aus, dieses unklare, blöde Rumtendieren. Der soll sich doch mal entscheiden, wo er hintendieren will, der blöde Index. Also geht man mit, wenn er steigt, und steigt und noch ein bissel steigt. Aber die Wirtschaft ist nicht so. Teetrinken auf der Titanic hält das Schiff nicht vom Kentern ab. Und dann fällt er irgendwann. Möglicherweise richtig tief. Wer weiß, wie weit. Ich rate einfach mal: Bis knapp über 3.000? Dass unsere Angst dann die Gier nach Katastrophen übersteigt, wird Schlimmeres verhindern. (Hoffentlich)
2002/2003 war es ähnlich. 2003, also fast drei Jahre nach der Boo-Pleite (dem Internetblasen-Äquivalent zu Lehman) und zwei Jahre nach dem Elften-Neunten, hing der Dax zwischen 2 und 3.000 in der Kurve. Ästhetisch gaaanz unbefriedigend. Bevor er sich dann endlich entschloss, zu steigen. Es gab Leute, die vor einem Absacken unter 2.000 gewarnt haben. Kam aber nicht. Was uns weltwirtschaftlich gerettet hat, war möglicherweise das große Konjunkturprogramm der Bush-Regierung, auch Irak-Krieg genannt. Ja, scheint so. Bis zum 12. März 2003 Dax-Talfahrt, dann gings bergauf. Beginn des Irakkriegs 20. März 2003. Zufall? Vielleicht müssen wir uns doch noch bei Bush bedanken?

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 09:42

Ratioproblematik

Noch immer glauben die meisten, dass es die Logik und die Ratio ist, die aus Überlegungen kluge Gedanken macht. Die aus Entscheidungen durchdachte und somit richtige Entscheidungen macht. Die Intelligenz soll ja das Instrument sein, das den Menschen überlegen macht. Somit versucht jeder seine Intelligenz als das wichtigste Werkzeug mit ins Spiel zu bringen und einzusetzen. Fast alle Entscheidungen müssen somit einer gewissen Logik folgen und rational nachzuvollziehen. Aber der Mensch irrt. Und zwar sehr. Er ist zu solchen Entscheidungen gar nicht fähig, nur zu einem kleinen Teil. Somit wäre es die Intuition, die ihn besser, sicherer und erfolgreicher durchs Leben lenken würde. Es wäre besser bestellt, wenn er sich von seinen Emotionen leiten lassen würde. Der Grund ist so einfach wie banal. Die Intuition bedient sich aller beeinflussenden Faktoren und setzt diese in Bruchteilen zu einem plausiblen Gefühl zusammen, das zu einer Entscheidung führt. Ein plausibles Gefühl, das zu einer Meinung führt und das alles in tausendstel Sekunden. Somit ist die stärkste Waffe und das stärkste Instrument nicht die Intelligenz sondern die Intuition.Leider haben das viele verlernt. Wer hört noch auf sein Bauchgefühl, wenn Analysen und Statistiken das Gegenteil behaupten. Die Logik bedient sich weitaus weniger Aspekten, weil sie nur die berücksichtigen kann, welcher dieser Logik folgen und an diese gebunden sind. Somit begrenzt die Logik unser Denken und Handeln mehr, als es förderlich ist. Die Intuition besitzt unglaubliche Fähigkeiten, denn sie bedient sich aus allem. Somit handelt sie auch interdisziplinär und ist zu Paradigmenwechseln fähig. Das sind zahlreiche Aspekte und Beweggründe, die zu einer ganz anderen Lösung, zu einem ganz anderen Ergebnis führen können, als es die Logik in ihrer Beschränktheit kann. Wer plant, irrt genauer. Und die Anzahl der gut geplanten Irrtümer überragt bei weitem die Anzahl der intuitiv erfolgreich getroffenen Entscheidungen. Nur in einer Welt, die das Wissen und die Intelligenz zum höchsten der menschlichen Spezies erklärt, hat es die Intuition schwer. Die Logik bedient nur sich selbst, nicht die Interessen einer Sache. Dafür ist die Intuition zuständig. Und wer sich mal mit den wirklich Erfolgreichen unterhält, dem wird klar, wovon ich hier schreibe. Oder schreibe ich lieber mal, dem „könnte“ klar werden.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:20

Mittwoch, 11. März 2009

Kreativproblematik

Ein weiterer Irrglauben und ein daraus resultierendes Fehlverhalten liegt im Umgang mit dem Wörtchen „kreativ“. Es scheint nur „Kreativen“ vorbehalten zu sein, auch kreativ sein zu dürfen, sollen und müssen. Alle anderen sollen bloß nicht kreativ sein. Ich behaupte, dass es mehr Nicht-Kreative unter den so genannten „Kreativen“ gibt, als es wirkliche „Kreative“ unter den so genannten Nicht-Kreativen gibt. Unser Schubladendenken macht uns diese Erkenntnis aber nicht zugänglich, denn eigentlich gibt es nichts Unkreatives. Zudem müssen sich Kreative auch so benehmen und kostümieren, damit diese als Kreative überhaupt zur Geltung kommen. Warum, wenn sie doch kreativ wären?
Einfach gesagt, man unterscheidet somit Menschen mit Krawatten als unkreativ und Menschen ohne Krawatten als kreativ. Durch dieses Denken verhindern und verbauen wir uns unzählige Ideen, Ansätze und Optionen. Wir reduzieren unsere mögliche Wertschöpfung auf einige wenige „Kreative“, die das eventuell oder wahrscheinlich gar nicht sind, sondern der Grund, „Kreativer“ zu sein, könnte einfach an einer Art Krawatten-Problematik geknüpft sein. Menschen, die keine tragen wollen, aus welchen Gründen auch immer, müssen dann einen solchen Beruf ergreifen. Das macht sie aber noch nicht zu Kreativen.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik,..

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:38

Dienstag, 10. März 2009

Individualitätsproblematik

Die Zukunft wird von den Individualisten geprägt und geformt. Somit haben es die Konformisten zunehmend schwerer, denn die Epoche der vollkommenen Anpassung geht sichtbar zu Ende. Die Gründe dafür liegen in den offensichtlichen, schlechten Ergebnissen. Es waren genau diese Individualisten, welche die Grundsteine für einen Großteil der heutigen Wirtschaft und Politik gelegt haben. Die Konformisten haben diese Zugpferde nun bis in den Tod geritten und es ist nichts Neues in Sicht, also nichts aus Sicht der Konformisten. Somit stehen alle fassungslos da und fragen sich, wo sind die großen Ideen, die großen Menschen, die großen Visionen, wo sind alle diese großartigen Dinge geblieben. Ganz einfach, in den Köpfen von Individualisten. Und die gibt es. Die wollte in der Vergangenheit nur keiner, weil sie unbequem sin. Und weil sie nicht kollektiv mitmachen. Weil sie anders sind. Und nun, nun braucht man sie, ihr querdenken, ihr neues denken, ihr anders denken, ihr mutiges denken, ihr verrücktes denken, ihr entschlossenes denken. Denn wenn die Wirtschaft eines braucht, dann sind es eine Reihe neuer Zugpferde. Und die entspringen sicher nicht den Köpfen von Menschen, die sich in allem konform verhalten. Sicher nicht, wie man sieht. Nur schade, dass aus den Schulen und den Universitäten weiter und weiter Konformisten ins Leben geschickt werden, anstatt die Chance zu nutzen, daraus Individualisten zu machen. Nur schade, dass in den Unternehmen die Individualisten keinen Nährboden finden und ihnen keine Überlebenschance eingeräumt wird. Dabei wären sie der Schlüssel zu dem, was alle eigentlich wirklich wollen.
Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:43

Montag, 9. März 2009

Klosterbücherei Bernried am Starnberger See: Renaissance der einfachen Glückseligkeit

Fotos: Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:10

Disziplinproblematik

Längst hat sich in der Wissenschaft bewiesen, dass es vor allem das interdisziplinäre Denken und Handeln ist, das zu neuen erstrebenswerten Ergebnissen führt. Aber unsere Wirtschaft hält an ihren Disziplinen fest und züchtet diese weiter und weiter in eine völlig ungewisse Richtung. Schon lange kommen keine oder immer dieselben Impulse aus denselben Denk-Disziplinen. Und anstatt es der Wissenschaft nachzumachen und neu und anders zu denken, hält man an den alten Denkstrukturen fest. Somit nährt man sich auch weiterhin nur aus seinen eigenen Erfahrungen und Erkenntnissen, anstatt von anderen zu lernen und zu profitieren und dadurch zu ganz neuen Schlüssen zu gelangen. Die Inzucht der Disziplinen führt zu keinen guten Ergebnissen. Ganz im Gegenteil, diese Art der Entwicklung ist endlich, weil kein neues Denken hinzukommt. Der Schlüssel wäre hier, das interdisziplinäre Denken und Handeln zu fordern und zu fördern. Aber da scheint die Angst der „Bewahrer“ größer zu sein, als der Mut zur Veränderung, auch wenn es zum Guten sein soll. Aber anderes Denken darf nicht funktionieren und so lange man es verhindert und nicht zulässt, kann es zum Glück den Beweis ja nicht antreten.
Lösungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:04

Freitag, 6. März 2009

Die Lösungsproblematik

Nur weil Dinge leicht erscheinen oder sich anhören, sind sie nicht einfach zu erzielen. Ganz im Gegenteil. Oft werde ich gefragt, wie ich das mache, was ich da mache. Und dann fällt mir auf, dass es dafür keine einfache Erklärung gibt. Die große Komplexität ist mir selbst nicht so gegenwärtig, denn ich berücksichtige im Laufe meine Lebens so viele Aspekte schon automatisch, dass ich mir diese erst bewusst machen muss. Die Werkzeugkiste meines Denkens und Handelns ist somit mit folgenden Werkzeugen ausgestattet und es kommen ständig neue hinzu oder bestehende verändern sich. Und je nach Problemstellung nehme ich mir die heraus, die mich auf dem besten Weg zur Lösung bringen. Und was funktioniert, hat Recht. Disziplinproblematik [Montag, 9. März 2009]Individualitätsproblematik [Dienstag, 10. März2009]Kreativproblematik [Mittwoch, 11. März 2009]Ratioproblematik [Donnerstag, 12. März 2009]Netzwerkproblematik [Freitag, 13. März 2009]Handlungsproblematik [Montag, 16. März 2009]Interessenproblematik [Dienstag, 17. März 2009]Zielproblematik [Mittwoch, 18. März 2009]Bedarfsproblematik [Donnerstag, 19. März 2009]Wertproblematik [Freitag, 20. März 2009]Innovationsproblematik [Montag, 23. März 2009]Strukturproblematik [Dienstag, 24. März 2009]Emotionsproblematik [Mittwoch, 25. März 2009]Einfachheitsproblematik [Donnerstag, 26. März 2009]Einstellungsproblematik [Freitag, 27. März 2009]Ablaufproblematik [Montag, 30. März 2009]Entscheidungsproblematik [Dienstag, 31. März 2009]Ideenproblematik [Mittwoch, 01. April 2009]Größenproblematik [Donnerstag, 02. April 2009]Kulturproblematik [Freitag, 03. April 2009]Ethikproblematik [Montag, 06. April 2009]Wirkungsproblematik [Dienstag, 07. April 2009]Problemproblematik [Donnerstag, 09. April 2009]Meetingproblematik [Dienstag, 14. April 2009]Orientierungsproblematik [Mittwoch, 15. April 2009]Angstproblematik [Samstag, 18. April 2009]Positionsproblematik [Dienstag, 21. April 2009]Planungsproblematik [Mittwoch, 22. April 2009]Qualifizierungsproblematik [Donnerstag, 23. April 2009]Erfahrungsproblematik [Freitag, 24. April 2009]Umsetzungsproblematik [Montag, 27. April 2009]Geistesproblematik [Dienstag, 28. April 2009]Expertenproblematik [Mittwoch, 29. April 2009]Zeitproblematik [Donnerstag, 30. April 2009]Qualitätsproblematik [Dienstag, 05. Mai 2009]Stärkenproblematik [Mittwoch, 06. Mai 2009]Anpassungsproblematik [Donnerstag, 07. Mai 2009]Involvementproblematik [Samstag, 09. Mai 2009]Unternehmerproblematik [Montag, 10. Mai 2009]Fehlerproblematik [Dienstag, 12. Mai 2009]Demokratieproblematik [Freitag, 15. Mai 2009]Teamproblematik [Donnerstag, 28. Mai 2009]Gemeinschaftsproblematik [Montag, 15. Juni 2009]Verantwortungsproblematik [Montag, 22. Juni 2009]Aufwandsproblematik [Montag, 22. Juni 2009]Vertrauensproblematik [Montag, 20. Juli 2009]Wohlstandsproblematik [Mittwoch, 23. September 2009]Prinzipienproblematik [Donnerstag, 24. September 2009]Energieproblematik [Freitag, 25. September 2009]Erneuerungsproblematik [Montag, 28. September 2009]Kontrollproblematik [Dienstag, 29. September 2009]Lernproblematik [Mittwoch, 30. September 2009]Duldungsproblematik [Donnerstag, 01. Oktober 2009]Bewahrungsproblematik [Freitag, 02. Oktober 2009]Befürchtungsproblematik [Montag, 05. Oktober 2009]Bedenkenproblematik [Montag, 06. Oktober 2009]Vorteilsproblematik [Mittwoch, 07. Oktober 2009]Nutzenproblematik[Freitag, 08. Oktober 2009]Wissensproblematik [Dienstag, 13. Oktober 2009]Verwaltungsproblematik [Montag, 26. Oktober 2009]Geldproblematik [Dienstag, 20. Oktober 2009]Produktproblematik [Mittwoch, 21. Oktober 2009]Werbeproblematik [Freitag, 23. Oktober 2009]Preisproblematik [Dienstag, 27. Oktober 2009]Technologieproblematik [Mittwoch, 28. Oktober 2009]Kommunikationsproblematik [Dienstag, 3. November 2009]AnerkennungsproblematikWertschöpfungsproblematikSinnproblematikTimingproblematikIm Laufe der nächsten Zeit werde ich zu jedem Punkt kurz Stellung nehmen, damit klar wird, was ich darunter verstehe. Denn wir wissen ja, Kommunikation ist nicht, was man sagt, sondern was der andere versteht. Sollten mir noch Aspekte einfallen, werde ich diese natürlich hinzufügen. Denn nichts ist vollkommen, was aus Menschenhand entsteht.

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:39

Mittwoch, 4. März 2009

Na und?

Das Monster ist groß, okay. Und wie nah ist es?

Angenommen, die progostizierten Einbrüche kommen, dann befinden wir uns Ende 2009 auf dem Stand von 2007; oh my goodness, wir werden verhungern
Kunden, egal welche, hören nicht auf, etwas zu wollen
Preisfrage: Wenn Kunden weniger Lust haben, Geld auszugeben, was werden sie in Zukunft kaufen? Unterpreisten Preisgeildreck?
Oder denkt man vielleicht eher mal nach, dass die Investition in Qualität lohnender ist, weil es eben nicht egal ist? Weil die Strategie, Billigdreck ständig zu erneuern, eben doch teurer ist?
Was machen wir, wenn wir nicht jedes Jahr eine neue Kamera, sondern einmalig jetzt eine Kamera kaufen wollen, die es fünf bis 10 bis 25 Jahre lang tun soll? Oder einen Rechner. Oder Schuhe. Oder eine Jacke. Wie verhalten wir uns? Es geht weniger, okay, aber es geht was. Die Frage ist, wer bleibt im Rennen und wen wirft es raus?

Nehmen wir eine Firma, die in einem Krisenmarkt engagiert war, der einen der bittersten Abstürze der letzten 70 Jahre erleben musste (so geht das doch, mit den Superlativ-Szenarien, oder?). Nehmen wir Google:

1997, September: Registrierung der Domain
1998, September: Erster Mitarbeiter angestellt
1999, Mai: Elfter Mitarbeiter
2000, März: Boo.com geht pleite - die ganze Blase platzt
Komisch, Google macht weiter, zweieinhalb Jahre nach der Firmengründung, und es gab so einen Markteinbruch: Warum haben sie nicht aufgegeben?
2002: Nein-Ellewenn
2002: Google wird Marktführer vor Yahoo
2004: Google ist aufgrund seiner Größe gezweungen, an die Börse zu gehen
2007: Google ist das wertvollste Unternehmen der Welt

Unfair, stimmts? Google ist doch wirklich ein blödes Beispiel. Eine Ausnahme. Jaja. Wo es doch so vielen Unternehmen in der ganzen Zeit nicht ganz so gut gegangen ist. Aber genau das ist der Punkt: Manche sind weg, manche haben nicht ganz so viel Spaß gehabt, manchen ging es prächtig, und manchen geht es auch heute noch prächtig. Und es soll immer Glück gewesen sein, was den Unterschied macht?
Der wichtigste Unterschied: Die Unternehmen, die es heute noch gibt, haben weiter gemacht. Auch im Kopf. Besonders im Kopf. Und manche haben richtig nachgedacht. Und was Neues gemacht.

iTunes wurde 2001 gegründet, seit 2003 für Windows veröffentlicht
iPhones werden seit Juni 2007 verkauft, ein neues Handy in einem zu-en Markt, sieh an

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:07

Dienstag, 3. März 2009

Und nachher ist es keiner gewesen ...

Gestern auf SZ-online. Heribert Prantl sagt, wie es ist:
"... Niemand will schuld daran sein, dass der Kapitalismus außer Rand und Band geriet. Diejenigen, die dem Kapitalismus dabei geholfen haben, schweigen heute oder machen mit bei der Klage über die kapitalistischen Auswüchse, die sie selbst befördert haben. Das Verhalten der Politik und der ministeriellen Finanz- und Wirtschaftsbürokratie erinnert an den Brandstifter, der später beflissen beim Löschen mitmacht. (...) Das Ablenkungsmotto heißt: Wenn es brennt, muss man löschen, und nicht lang fragen, warum es brennt."

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:21

Montag, 2. März 2009

10 Jahre

Ein Kunstprofessor sagte mir mal vor langer Zeit, dass man auch Steine bunt anmalen könnte. Man muss es nur 10 Jahre durchhalten, dann wäre es Kunst. Damals konnte ich mit der Theorie nichts anfangen. Heute ist diese Theorie zu einem ernst zu nehmenden Rat mutiert. Denn es steckt viel mehr in dieser Theorie, als ich damals erkennen konnte.Wenn man etwas 10 Jahre macht, dann ist die Verdichtung von Qualitäten und das Einfließen der Umwelt so groß, dass etwas daraus entsteht, was man am Anfang nicht glauben konnte. Die ständige, konsequente, kontinuierliche und kreative Auseinandersetzung mit ein und derselben Materie führt zu solchen unglaublichen und wunderbaren Ergebnissen. Die meisten Menschen halten nur nicht 10 Jahre durch. Oder fangen nicht mal an. Die meisten Menschen verlieren schnell die Lust und die Nerven, weil sie sich früher mehr davon erwartet haben. Es gibt eben oft keine Zeit zum reifen lassen. Somit stürzt man sich auf den nächsten Trend und versucht hier, schneller seinen Schnitt zu machen. Es gibt keine Geduld mehr. Und die Dinge können keinen Reifungsprozess mehr durchlaufen. Alles muss jetzt und sofort seine Wirkung entfalten und funktionieren und primär Geld bringen. Deshalb gibt es auch so wenig von Bestand und die Konzentrate unserer Zeit haben weniger mit der Verdichtung von Qualitäten zu tun, als dass sie mehr wie Sternschnuppen auftauchen und verschwinden. Die Frage ist, was bleibt? Die stellt sich niemand, wenn der kurzfristige Profit das Ziel ist. Dieser rechtfertigt alles. Ich habe mich unbewusst an das gehalten, was vor vielen Jahren dieser Kunstprofessor gesagt hat. Dabei habe ich mich 10 Jahre an meinen Idealen orientiert. Am Anfang zögerlich und durchsetzt von Inkonsequenz, aber im Laufe der Zeit wurde es immer klarer und beständiger. Mit dem Reifeprozess kam auch die Qualität und diese gibt einem zudem Zuversicht und Selbstsicherheit. Somit kann ich heute förmlich spüren, erleben und sehen, dass ich 10 Jahre auf meine Weise Steine bunt angemalt habe. Ohne dass mir das so klar war. Nun ist es mir klar und das Ergebnis dieser Konzentration, dieser Reduzierung dieser Entwicklung macht mich unglaublich glücklich und zufrieden. Und ich bin bis auf weiteres noch immer total begeistert davon, wie sehr andere das wertschätzen. Von dieser Art der Anerkennung konnte ich nur träumen. Nun bin ich aufgewacht und es ist einfach nur wunderbar. Ein Glück habe ich es einfach die lange Zeit getan und hoffentlich bringt mich nichts von diesem Weg ab. Vor allem nicht das Geld. Denn das Geld ist der größte Feind der Haltung. Und die gilt es gerade jetzt und in Zukunft zu bewahren. Damit sich die Wirkung meiner bunten Steine voll entfalten kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 08:29

Sonntag, 1. März 2009

Wie alles kam ...

The Crisis of Credit Visualized from Jonathan Jarvis on Vimeo.

Die kurze Version.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:48

Nacktschwimmer und Geisterfahrer

"It is only when the tide goes out that we see who has been swimming naked." - Warren Buffet
Wenn alles läuft, sehen alle gut aus, aber nur bei Ebbe lässt sich feststellen, wer nackt schwimmt. Hübsches Bild.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 14:45

Mittwoch, 25. Februar 2009

Entschuldigung, aber da liegen sie falsch

Fast die gesamte Führungsriege in unserem Land irrt, wenn sie glaubt, mit numerischen Anreizen ein emotionales Problem bewältigen zu können. Aber auch diese Menschen sind eben nur Menschen. Und wie Goethe so treffend sagte: Du bist der Geist, den Du begreifst. Wenn Menschen zu Problemen Antworten finden sollen, die selbst Teil des Problems sind, dann können sie auch nur mit Ideen ankommen, welche sie selbst begreifen. Was dazu führt, dass am Ende dieser Fahnenstange immer ein Umbruch steht. Denn es gibt auch Menschen mit einem anderen Denken und Handeln und das ist dann gefragt. Wer über so lange Zeit nur auf Zahlen reduziert wurde und wer sein Dasein nur auf Zahlen und materielle Werte beschränkt, dem kann auch sonst nichts anderes einfallen, als mit den Mittel zu agieren, die er versteht. Und begrenzt damit natürlich die Möglichkeiten eines Auswegs, stark, teuer und sehr schmerzhaft. Allein die Idee von finanziellen Anreizen offenbart, wie einseitig das Denken und Handeln ist. Gerade diese Anreize wirken, helfen und nutzen nicht, sondern sie schaden zudem. Die Entwicklung in Richtung Wertlosigkeit von Konsum wird dadurch nur beschleunigt. Somit wird Öl in das Feuer der Krise gegossen. Das Auto verliert dramatisch an emotionalem Wert, wenn eine Regierung sagt, schmeiß dein altes weg, das ist nichts mehr wert und kauf dir dafür billig ein neues. Gut gedacht, schlecht gemacht. Das Drama der Krise trifft aber letztendlich dann doch wie immer dieselben. Die es dann auch wieder ausbaden müssen. Denn die Führungskrise verliert auf Sicht zwar ihren Führungsanspruch, aber das muss diese, versehen mit einem goldenen Handschlag, verkraften können. Am Anfang war ich einfach nur schockiert und empört. Dann war ich nur noch wütend. Und jetzt verstehe ich, dass dies das letzte Zucken einer falschen Einstellung ist. Somit hat sich mein Gemüt wieder beruhigt. Man ist mit seinem Latein am Ende. Und jetzt wird mit allen Mitteln versucht, den Führungsanspruch nicht zu verlieren. Da spielt Geld wie man sieht keine Rolle. Aber die Wirkung wird verpuffen. Und dann, dann hat man alles aufs Spiel gesetzt und alles verloren. Alles? Nein, dann beginnt endlich neues Denken und neues Handeln, was viele Menschen sich längst schon wünschen. Ein Leben in Gemeinsamkeit. Ein Arbeiten ohne Angst. Dass sich alle an ethische Grenzen halten. Von ganz oben bis ganz unten. Ich freue mich auf den Wandel, bin bereit und kann es gar nicht mehr abwarten. Es wird auch Zeit.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 23:28

Dienstag, 24. Februar 2009

Was geht denn hier ab?

Als ich noch jung war, das ist physisch schon eine Weile her, da habe ich oft Dinge gemacht, die nur wenige nachvollziehen konnten. Da war diese Sache mit dem Brett unter den Füßen und den Rollen - Skateboard. Da haben die meisten den Kopf geschüttelt. Aber auf der Domplatte in Köln, als wir unsere Kunststücke auf der Rampe machten, haben sie alle fotografiert. Und so geht es weiter und weiter. Dann mit Rollen und Turnschuhen - Rollerskates. Ob Surfen, ob BMX, ob Atari, ob was auch immer, mir ist immer eins sicher begegnet, großes Unverständnis. Somit habe ich mich im Laufe meines Leben gut daran gewöhnen können, dass ich am liebsten Dinge mache, die mich interessieren. Und da kommt es schon mal vor, dass diese Dinge anders oder neu sind. Gerade solche Sachen wecken meine Aufmerksamkeit. Ich bin einfach neugierig und ständig interessiert. Das kann man nicht abstellen oder los werden. Also, ich nicht. Und nun blogge ich unter anderem seit mehreren Jahren und die Reaktionen sind dieselben. Irgendwann mache ich wieder was Neues oder anderes. Und alle werden sich wieder wundern und den Kopf schütteln und behaupten: Das bringt doch nichts! Was soll denn das? Das ist doch gefährlich! Das versteht doch keiner! Damit kann man doch kein Geld verdienen! Du verschwendest nur deine Zeit....Und ich, ich werde das wie die letzten über 40 Jahre weiterhin einfach ignorieren und weitermachen. Da rein, da raus. Es ist mir egal, ob diese Dinge im Laufe meines Lebens etwas bringen oder einen Sinn ergeben. Aber ich nehme alles das mit in meinem Rucksack der Erkenntnisse. Und man weiß ja nie, wann man mal zu einer greifen muss, will oder darf. Oder wie Oma sagen würde: Wer weiß, wofür es gut ist? Neugierde ist, solange man lebt, unsterblich. Schön. Das beruhigt mich.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:36

Montag, 23. Februar 2009

Das EAGE-System - Emotional Authentisch Glaubwürdig Ehrlich

Klingt leichter als gesagt. Oft sagt einem der logische Menschenverstand, wo es lang geht, aber die Umstände verbauen einem den Weg. Die Umstände können alles mögliche sein und führen dazu, dass man seinem logischen Menschenverstand nicht folgen kann, soll oder darf. Dieser Zustand macht Menschen zudem unsicher, weil sie innerlich ständig gegen ihre Überzeugung denken und handeln müssen. Die einen kommen damit besser klar, andere überhaupt nicht. Der Unterschied zwischen richtig und falsch, zwischen Wahrheit und Unwahrheit ist fließend. Diese letztendliche Unsicherheit, genau dieses Gefühl, führt dazu, dass Menschen gegen ihren logischen Menschenverstand handeln. Da es keine endgültige Sicherheit gibt, steht diese Tür einen Spalt zu weit offen. Und genau durch diesen Spalt passt der ganze Unsinn, den man tagein, tagaus stattdessen macht. Hätte man die Gewissheit und die Sicherheit, wäre diese Tür geschlossen. Somit kann man nur hoffen, auf dem richtigen Weg zu sein und dass das Denken und Handeln dann doch zum richtigen Ziel führt. Was aber im weit überwiegenden Teil sich so nicht verwirklicht. Es ist genau diese Schwachstelle in unserem Gewissen, die schlechte und falsche Wege ausnutzen. Es ist der berechtigte Zweifel, der hier zerschlagen wird. Es ist das richtige Gefühl, das auf eine falsche Fährte geführt wird. Wir folgen, weil wir hoffen und glauben. Wir folgen, weil wir davon ausgehen, dass die Beweggründe sich mit unseren decken. Deshalb folgen wir auch den falschen. Dieser Umstand macht mich verrückt, dass Menschen das Falsche tun können, obwohl sie das Richtige denken. Anstatt den Weg oder die Richtung zu ändern, geht man auf dem Falschen lieber bis zum Schluss. Was mich daran am meisten bedrückt, ist die Tatsache, dass so viel Zeit dabei investiert wird, die sich nie auszahlt und die einfach weg ist. So lange hat man falsche Ziel verfolgt. Und falsche Argumente gibt es viele. Dem gegenüber steht nur das Gefühl, dass es falsch ist. Aber Massen von falschen Argumenten schaffen es, die Zweifel in den Griff zu bekommen und zu kontrollieren. Wir denken, wir können irren. Die falschen Argumente denken das nicht. Meine beste Munition gegen solche Umstände lautet: emotional, authentisch, glaubwürdig und ehrlich. Ich sage, was ich fühle und zeige, was ich fühle. Dabei lasse ich meinen Emotionen freien Lauf ohne Angst vor Verlusten. Dabei bin ich so sehr ich, dass es Menschen berührt, weil es mich berührt. Dabei bin ich so deutlich, dass man mir glauben muss, weil es nämlich eine – meine Meinung ist. Diese Glaubwürdigkeit bin ich mir schuldig, damit ich immer weiß, was ich denke und was ich mache und keine Sekunde darüber nachdenken muss. Dabei bin ich ehrlich, ehrlich zu mir. Jede Mimik, jedes Wort, jedes Gefühl, jede Geste müssen mir gegenüber ehrlich sein. Kein taktieren, kein Schauspiel, keine Effekthascherei, nichts von alledem. Mein Gefühl muss mir sagen, das war von vorne bis hinten ehrlich. Mit dieser Art mit den Dingen umzugehen, bin ich bis hier gekommen und der Weg vor mir ist noch weit. Aber ich fahre gut damit, denn am Lenkrad meines Lebens sitze ich und kein anderer dreht daran. Das ist ein mir sehr wichtiges Gefühl und die mir wichtigste Einstellung. Ich bin mein größter Kritiker. Und mein Spiegelbild lügt nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 08:36

Samstag, 21. Februar 2009

winternachtsbaeume

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 15:23

Freitag, 20. Februar 2009

Organisation

Was habe ich nicht alles versucht. Was haben andere nicht alles versucht. Der Versuch, sich zu organisieren, ist eigentlich schon ein Indiz dafür, dass dieser Versuch zum Scheitern verurteilt ist. Wie viele Systeme habe ich probiert. Wie viele Systeme hat man an mir probiert, um die Dinge zu organisieren und zu optimieren. Erst analog, dann digital. Dann analog und digital. Und anders herum.Ein ständiges Ringen um die Organisation, die Planung, die Transparenz, die Einfachheit und die Geschwindigkeit. Dabei ist mir immer aufgefallen, dass an jedem neuen Tool, das Dinge erleichtern sollte, immer noch mehr dran hing, was andere Aspekte erschwerte. Keine Lösung ohne neue Probleme. Da waren mir die alten immer lieber. Die kannte ich wenigstens. Irgendwann ging ich dann dazu über, Menschen um mich zu versammeln, die Talente mitbrachten, mit denen ich nicht dienen konnte. Und siehe da, alles war organisiert. Ohne Tools. Ohne zusätzlichen Aufwand. Einfach weil es Menschen gibt, die Dinge können und wollen, die ich nicht kann und nicht will. Dafür kann ich ja Dinge, welche die nicht können und wollen. Das ist so, als ob bei einer Band alle Sänger sein wollen und niemand will ein Instrument spielen. Das stellt für eine Band ein Problem dar. Diese ganze Welt der Lösungen und Optimierungen basiert auf der Unkenntnis derer, die nach Lösungen suchen und die sich beim besten Willen nicht vorstellen können, dass es Menschen gibt, die das können, was sie selbst nicht können. Und genau dafür gibt es dann eine Lösung. Die natürlich nicht funktionieren kann, weil jede Lösung natürlich auch bedient werden muss. Und man selten auf den Um- und Zustand trifft, dass derjenige, der eine Lösung sucht, das Tool auch selber füttert. Schlau eigentlich. Lösungen für Probleme, die nicht funktionieren können und werden, außer sie sind besonders teuer, aufwendig und kompliziert. Dann sind alle felsenfest davon überzeugt, natürlich „die“ Lösung zu haben. Zudem ist das eigentlich ein super Jobmotor. Mal ehrlich, gab es in den 70ern und 80ern Controller? Wer will sich schon tagein und tagaus mit Zahlen beschäftigen. Früher hieß das Buchhaltung und es funktionierte auch so. In meiner Erinnerung sogar besser. Somit werden ständig Schuhe aufgeblasen, an Stellen die es eigentlich braucht. Nur weil es keiner machen will, aber alle überzeugt sind, es muss einer machen. Ich laß das einfach. Mich interessieren nur ganz wenige Zahlen. Die muss ich kennen, der Rest interessiert mich nicht. Und auch diese ganzen Auswertungen interessieren mich nicht. Wenn es stimmt, dann stimmt es. Wenn es läuft, dann läuft es. So einfach kann es sein.Mein Interesse liegt im völligen Gegenteil. Ich frage mich immer, mit wie wenig man wie viel erzielen kann. Rational und emotional. Mit wie wenig Charts kann man eine Präsentation gewinnen? Wie kann man alles reduzieren? Wie sehr lohnt es sich, alles zu konzentrieren. Daraus ist eine Art innerer Bewegung geworden. Bei allem was ich mache, frage ich mich, was kann man noch weglassen, um den Sinn noch mehr in den Vordergrund zu stellen. Somit bin ich resistent für Lösungen, da ich das Problem nicht habe, meide oder delegiert habe. Denn kein System ersetzt einen aufmerksamen Menschen. Einen, der sich dafür zuständig und verantwortlich fühlt.
Wäre ja noch schöner.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 09:13

Donnerstag, 19. Februar 2009

Gelassenheit

Einer meiner Lieblingstugenden und meiner ganz großen Lebensziele, unglaublich gelassen zu sein. Das Problem dabei ist, dass allein der Versuch gelassen zu sein, unübersehbar verkrampft. Sei mal gelassen. Jetzt. So geht das nicht, man kann sich nicht vornehmen, gelassen zu sein. Man ist es oder man ist es nicht. Da liegt das Problem begraben. Somit wäre ich gerne unglaublich gelassen, bin es aber nicht. Also nicht so, wie es gerne wäre. Ganz sicher. Würde ich sonst so oft sagen: Immer locker bleiben. Wenn ich es wäre? Wohl kaum. Aber der Grad der Gelassenheit auf einer Skala von 1 bis 10 beruhigt mich dann doch. Wenn ich Menschen beobachte, die es gerade mal auf eine 1 mit einer zaghaften Tendenz zur 2 schaffen, da bin ich in Bereichen, die mich eigentlich gelassen machen sollten.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 02:16

Dienstag, 17. Februar 2009

Einstellungssache

Irgendwie ist alles eine Frage der Einstellung. Von was geht man aus? Was erwartet man? Mit welcher Zuversicht geht man durch das Leben? Wie bewertet man das, was passiert? Mit welcher Einstellung geht man an alles heran? Früher war das beim Auto auch nicht anders. Wenn man den Vergaser falsch eingestellt hatte, dann ging es nur holprig voran. Wenn man beim Radio den Sender falsch eingestellt hatte, dann rauschte es ziemlich. Wenn man sich auf die Sonne falsch einstellt, dann bekommt man Sonnenbrand. Wenn man sich auf den Regen falsch einstellt, wird man nass. Somit besteht die eigentliche Herausforderung nicht darin, alle möglichen Dinge zu bewältigen, egal wie, sondern zu allererst die richtige Einstellung dazu gewinnen. Denn wenn man die richtige Einstellung gewählt hat, dann geht alles besser. Alles. Mit der falschen Einstellung geht alles schlechter und vieles erreicht man nicht. Nicht weil man es nicht könnte, sondern weil einen die falsche Einstellung daran hindert. Maßgeblich beeinflusst eine falsche Einstellung vor allem die Objektivität, die Wirklichkeit, die Motivation und die Angst. Den Mut, die Sicherheit, die Freiheit und die Lust. Aber auch die Entscheidungskraft. Die Ideenvielfalt. Die Kreativität. Eine falsche Einstellung ist nur noch bemüht, ein Problem zu verhindern, aber keine Lösung zu finden. Man wird wesentlich mehr von der Angst getrieben, als von der Lust geschubst. Das wirkt sich natürlich aus, vor allem auf das Ergebnis. Auf das Ergebnis in allen Parametern, Wert, Zeit, Menge und bewertbares Ergebnis. Rational und emotional natürlich auch. Somit sollte man, bevor man etwas macht, die Einstellungen prüfen und die richtigen wählen. Auch wenn es schwer fällt. Oder wenn um einen herum der Trübsal bläst. Egal. Einfach auf den richtigen Einstellungsmodus umschalten. Was ist die richtige Einstellung? Ganz einfach, wenn man sich dabei sauwohl fühlt. Die richtigen Prioritäten setzt. Sich selbst nicht so ernst nimmt. Die Sache in den Mittelpunkt stellt. Gemeinsam gut und schnell vorankommt. Wenn einem die Sache Spaß macht. Und wenn man förmlich spürt, wie man schneller und besser eins nach dem anderen abhaken kann. Und somit auch befreiter durch den Tag geht. Die richtige Einstellung spürt man sofort, wenn man diese gewählt hat. Also, was spürst du? Du hast die Wahl.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 21:15

Das ganz große Marionettentheater

In vielen Unternehmen gibt es Geschäftsführer, die aber im Sinne des eigentlichen Geschäftsführers, keine sind. Ebenso verhält es sich mit einem Großteil der so genannten Führungsspitze. Es sind eher Interessenvertreter, die da sitzen, um die Interessen von anderen zu vertreten, die selbst an einer solchen exponierten und rechtlich verbindlichen Position aus guten Gründen nicht vorstellig werden wollen. Wer will schon gerne für das, was er macht, zur Verantwortung gezogen werden.So setzt man da jemanden hin, der das für einen alles macht. Und das Beste daran, steuerrechtlich bringt so ein Geschäftsführer auch noch eine Menge Vorteile mit sich. Und das Thema Kündigungsschutz verhält sich auch sehr vorteilhaft für die jeweilige Interessengruppe. Es sind moderne Marionetten, nicht mehr. Die ohne Rechte und Befugnisse da sitzen und die Entscheidungen für andere treffen und umsetzen bzw. meistens durchsetzen müssen. Dafür werden diese Menschen ohne eigene Meinung und ohne Rechte wenigstens ordentlich entlohnt. Denn der Stuhl auf dem diese sitzen, wird in der Regel nicht mal warm vom sitzen. Denn trifft die Interessengruppe eine falsche Entscheidung, dann fliegt der Geschäftsführer und der nächste rückt nach. In der Politik verhält es sich genauso. Wer eine Interessengruppe vertritt und am besten ohne eigene Meinung ist, der wird es unweigerlich weit bringen. Eigentlich ist das allzu menschlich. Wer will schon immer dafür verantwortlich sein, was er den lieben langen Tag so macht. Darum hat man diese Lücke im System erkannt und gnadenlos ausgenutzt. Die meisten Geschäftsführer dürfen alles, nur nicht selbstständig entscheiden. Die dürfen im eigenen Unternehmen nicht mal eine Tischlampe bestellen, sondern sie sind absolut weisungsbefugt. Was natürlich alle dementieren, allein schon wegen der steuerrechtlichen Situation. Wie gesagt, die Besteuerung von Geschäftsführern und auch die vertraglichen Gestaltungsmöglichkeiten kommen den Interessen dieser Interessengruppen sehr entgegen. Sie können schalten und walten, wie sie wollen und das Schöne für sie, die anderen, die Falschen werden gehängt. Das ist so eine Art unternehmerische Fernsteuerung, die Menschen, die uns völlig unbekannt sind, in den Händen halten. Aber im öffentlichen Verständnis erscheinen diese Geschäftsführer wie echte Geschäftsführer. Jeder denkt, die wären verantwortlich, zuständig und hätten eine eigene Meinung. Glaubt mir, dem ist nicht so, und zwar bei weitem nicht. Eine starke Interessengruppe hat viele Marionetten an vielen Positionen sitzen, eine schwache eben nur wenige. Somit geht es in diesem System darum, an möglichst vielen Stellen seine Marionetten sitzen zu haben, damit auch bei allen gleichzeitig der Kopf nickt oder schüttelt, wenn man an der einen Schnur zieht.Was mich wundert ist, warum diese eigentlich kein Headset tragen müssen, in dem ihnen ständig in Echtzeit gesagt wird, was sie zu denken und zu tun haben. Was das Kosten sparen würde, die vielen Meetings, diese viele Zeit, diese Massen von E-Mails und was sonst noch. So eine Art echte Fernbedienung, die sofort auf jede Situation reagieren kann, im Interesse der Interessengruppe.

Wenn sich also jemand ständig wundert, was diese Menschen da so sagen und machen, werden sie jetzt sicher ein größeres Verständnis aufbringen. Somit ist ein unglaublicher Karriere-Schritt, wenn sie überzeugend darlegen können, dass auch sie für ordentlich Geld plötzlich keine eigene Meinung mehr haben und auch alle Rechte freiwillig an der Haken hängen. Denn in der Regel gibt es so viele von diesen Positionen, da findet sich immer wieder ein Pöstchen, wenn man sein Geschäft gut gemacht hat. So sind diese Interessengemeinschaften. Gute Fernbedienungen legt man ungern aus der Hand. Somit sollten Sie sich immer ein und dieselbe Frage stellen, wenn sie solche Menschen agieren sehen oder hören: Wessen Meinung vertritt er? Denn seine werden sie nie hören, wenn er überhaupt noch eine hat, eine hatte oder sich an so etwas erinnern kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:41

Montag, 16. Februar 2009

Erklärungsversuch

Der Ärger, die Wut, der Zorn, die Fassungslosigkeit ist groß. Es wird Zeit, einen Erklärungsversuch zu formulieren. Hier ist meiner. Warum tun Menschen, das was sie tun, auch wenn vielen klar ist, dass sie irren? Was hat Menschen dazu gebracht, so weit zu gehen? Am Beispiel der Automobilindustrie kann man dieses Verhalten gut beschreiben. Nicht dass ich es entschuldigen will, ich will nur erklären, warum Unternehmen so irren können.Es ist wie in dem Versuch mit dem Frosch in dem Topf. Man stellt einen Topf auf den Herd mit kaltem Wasser darin. Dann setzt man einen Frosch hinein und dreht die Heizplatte auf 10. Der Frosch bleibt im Topf, wenn das Wasser warm wird. Der Frosch bleibt auch, wenn das Wasser wärmer wird. Der Frosch bleibt im Wasser, wenn es noch wärmer wird. Der Frosch bleibt sogar im Wasser, wenn es heiß wird. Und dann stirbt der Frosch im kochenden Wasser. Er springt nicht hinaus. Wirft man aber einen Frosch in sehr warmes Wasser, dann springt er umgehend heraus. Überträgt man das Beispiel auf den Automobilmarkt, dann war die Welt mal in Ordnung, als sich der Markt noch in der Eroberungsphase befand. Aber dann ist der Markt wärmer und wärmer geworden. Die ersten Preisnachlässe kamen auf, die ersten Finanzierungen und dann wurde das Leasing erfunden. Die Rabatte erhöhten sich. Somit wurde es wärmer und wärmer im Markt. Diese Entwicklung war eine langsame und stetige. Und wie der Frosch sitzen die Marktteilnehmer im Topf und springen nicht heraus. Alle Hilfestellungen, um den Topf zu verlassen und sich somit zu retten, werden abgelehnt. Das gilt für die gesamte Wertschöpfungskette der Branche. Alles wird getan, um in der steigenden Hitze zu überleben. Das Controlling soll zudem mit allen Mitteln versuchen, das Überleben in einem siedenden Markt zu gewährleisten. Was natürlich nicht gelingen wird, denn es ergeht allen wie dem Frosch. Der Tod ist die Folge. Unvorstellbar, aber das passiert täglich. Die da draußen wundern sich und können nur den Kopf schütteln und fragen sich fortwährend – warum springen die nicht raus? Sie können nicht. Der Sprung ins Ungewisse wird abgelehnt und dafür wird lieber der völlig überhitzte Markt ertragen. Der Markt kocht sich lieber selbst, als einfach die Quelle der Hitzeentwicklung zu verlassen. Es kommt noch verrückter – man heizt selbst das System weiter und weiter an. Man gießt ständig Öl ins Feuer unter dem Topf, in dem man selbst sitzt.Somit haben der Frosch und der Mensch etwas gemeinsam. Wer würde heute schon gerne noch ein Autohaus aufmachen. Er würde die Hitze sofort spüren und schnell wieder aus dem Markt herausspringen. Somit liefert auch das wieder einen weiteren Beweis, dass der Mensch zu logischen Entscheidungen fast nicht fähig ist, sondern dass er Entscheidungen zum überwiegenden Teil emotional trifft. Das hindert ihn am Sprung. Sogar Leitern aus dem Topf helfen da nichts. Verrückt, aber so ist das. Was wir sehen, ist der Zeitpunkt, wenn das Wasser kurz vor dem Siedepunkt ist, wenn Märke kollabieren, wenn Unternehmen schon kurz vor dem Verbrennen sind. Erst dann sehen wir das Problem. Aber Hilfe ist so gut wie unmöglich. Denn das Umdenken und dazu gehörige Handeln ist eigentlich ausgeschlossen. Es ist besser, sich in Würde vom Markt, der Branche oder dem Produkt zu verabschieden. Denn es werden neue folgen. Ständig kaltes Wasser in den Topf zu gießen, mit dem immer selben Ergebnis, dass irgendwann das drohenden Ende trotzdem erfolgt, ergibt wirtschaftlich keinen Sinn. Sondern setzt alle anderen selbst in einen Topf. Der sich ebenfalls zunehmend erwärmt ....

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:37

Freitag, 13. Februar 2009

Du kannst nicht mit Geld umgehen

Diesen Satz habe ich in meinem Leben oft gehört. In den letzten Jahren weniger und ich meine, auf Sicht werde ich ihn wohl gar nicht mehr hören. Als kreativer Mensch wird man sofort in die Kategorie "kann nicht mit Geld umgehen" geworfen. Als nicht kreativer Mensch, wird einem sofort anheim gelegt "kann gut mit Geld umgehen".Es ist so wie mit dem Rot- und Weißwein und dem Fisch und Fleisch. Das ist ebenso ein völliger Blödsinn. Das hat man irgendwann mal eingeführt, damit die Menschen gleichermaßen Rot- und Weißwein trinken. Sonst hat das mit nichts zu tun. Der Mensch braucht Orientierung und diese muss so einfach sein, wie es geht. Damit es auch wirklich der Letzte versteht.Deshalb sind schöne Menschen auch immer blöd. Obwohl man nicht sagt, dass hässliche Menschen wenigstens schlau sind. Ebenso sind muskulöse Menschen dämlich. Aber dünne Menschen werden deshalb nicht als intelligent tituliert. Sportliche Menschen sind schlecht in Mathematik – angeblich. Dieser „Wenn-Dann“-Blödsinn hat uns wirklich weit gebracht. So einfach ist es nicht. Und von äußerlichen Merkmalen lässt sich das alles bei weitem schon mal nicht ablesen. Ganz im Gegenteil. Und mit Blick auf unsere gesellschaftliche Situation würde ich mal klar feststellen, dass uns dieses Schubladendenken dahin katapultiert hat, wo wir heute sind. Also lasst euch das nicht einreden. Das ist alles völliger Blödsinn. Man kann etwas, weil man es kann – fertig. Und man kann etwas nicht, weil man es nicht will. Das muss man akzeptieren. Aber wirklich zu glauben, dass Äußerlichkeiten darüber Aufschluss geben, was Menschen können oder nicht, ist dumm und absurd, und stellt die Realität auf den Kopf. Und spiegelt die Wirklichkeit nicht wieder. Allein der Satz "Du kannst nicht..." sollte einem zu denken geben und Ansporn sein. Wie, ich kann nicht? Das wollen wir ja mal sehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:40

Donnerstag, 12. Februar 2009

Du bist doch ein...!

Das schöne an Vorwürfen ist, natürlich nur, wenn man auf seinem Lebensweg etwas dazu gelernt hat, dass diese im nicht unerheblichen Maße an einen selbst gerichtet sind. Und nur augenscheinlich an den Gegenüber.Ein kleines Beispiel, das dieses verdeutlicht. Es gibt nur 2 Stück Kuchen, aber 4 Personen am Tisch. Einer nimmt sich ein Stück Kuchen. Ein anderer wirft ihm nun Egoismus vor. Was bedeutet das? Ganz einfach, weil er seinen eigenen Egoismus nicht befriedigen konnte, richtet er den Vorwurf an den anderen. Also, wer ist nun der Egoist? So verhält es sich mit fast allen Vorwürfen. Vorwürfe sollte man erst anfangen ernst zu nehmen, wenn der Gegenüber die Reife erreicht hat, überhaupt einen Vorwurf zu formulieren. Das komische ist nur, wenn Menschen diese Reife erreicht haben, formulieren sie keine Vorwürfe mehr. Somit hilft auf Dauer dann doch nur die Selbstreflexion. Was aber voraussetzt, dass man wenigstens sich selbst gegenüber aufrichtig ist. Somit kann man Vorwürfen gelassen begegnen. Diese sind nur deshalb so interessant, weil sie mehr über denjenigen aussagen, der sie formuliert, als über denjenigen, den sie eigentlich treffen sollen. Der Vorwurf an sich ist auch eine Angriffsvariante, die nie zur Einsicht führt. „Oh, ich bin ein Egoist sagst du. Dann ändere ich jetzt mein Leben.“ Sondern der Vorwurf wird in der Regel nur erwidert, um eine angemessene Steigerung in der Wortwahl: „Aber du, du musst reden Du bist ja total...!“ Und so geht es dann hin und her. Bis der Köcher der Vorwurfspfeile und alle anderen Waffen ihre Magazine geleert haben. Zurück bleibt nichts, außer zwei gekränkten Menschen, die das nicht verstehen können. Der Vorwurf ist somit nichts anderes, als verbal jemanden anzurempeln. Somit unterscheidet sich der Mensch mit einer hohen sozialen Intelligenz von dem Rest dadurch, dass er auf den Vorwurf gänzlich verzichtet oder anstatt diesem die konstruktive Kritik wählt. Und diese so formuliert, dass sie auch nicht als Vorwurf verstanden werden kann.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:33

Mittwoch, 11. Februar 2009

Bescheidenheit

Wer mich kennt, der würde mir dieses Attribut sicher nicht zuordnen. Eigentlich schade. Denn ich finde Bescheidenheit etwas sehr Schönes und Erstrebenswertes. Wenn ich bescheiden sein will, dann muss ich mich wirklich darauf konzentrieren, wie auf einem Foto zu lächeln. Die Bescheidenheit gehört sicher zu den wundervollen Tugenden. Und mir ist klar, dass diese, wohin man auch blickt, im Großen und Ganzen aus den Top 20 der Tugenden verdrängt wurde. Wenn man Tugenden überhaupt noch antrifft. Wer verhält sich noch tugendhaft oder orientiert sich an Idealen und Werten? Wirklich, nicht diese Absichtserklärungen und Worthülsen. Wer kennt überhaupt noch Tugenden und Werte? Ich habe hier mal ein paar zusammengetragen:Abstinenz, Achtsamkeit, Anständigkeit, Aufmerksamkeit, Aufrichtigkeit, Ausdauer, Barmherzigkeit, Bescheidenheit, Besonnenheit, Beständigkeit, Dankbarkeit, Demut, Disziplin, Duldsamkeit, Echtheit, Ehre, Ehrlichkeit, Ehrfurcht, Entschlossenheit, Fairness, Fleiß, Flexibilität, Freundschaft, Gelassenheit, Gemüt, Gerechtigkeit, Gewissenhaftigkeit, Glaube, Glück, Großmut, Güte, Harmonie, Höflichkeit, Hoffnung, Humor, Kameradschaft, Keuschheit, Klugheit, Lebendigkeit, Liebe, Loyalität, Lust, Maß, Mäßigung, Menschlichkeit, Mitgefühl, Mitleid, Mut, Nachhaltigkeit, Nächstenliebe, Objektivität, Offenheit, Opferbereitschaft, Ordnung, Ordnungsliebe, Pflicht, Pünktlichkeit, Qualität, Rechtschaffenheit, Reinlichkeit, Ritterlichkeit, Ruhe, Sachlichkeit, Sauberkeit, Schönheit, Schweigsamkeit, Selbstbeherrschung, Sparsamkeit, Spiritualität, Solidarität, Standhaftigkeit, Takt, Tapferkeit, Taktgefühl, Tatkraft, Toleranz, Treue, Verantwortung, Vernunft, Verschwiegenheit, Verständnis, Vertrauen, Vertrauenswürdigkeit, Wahrhaftigkeit, Wärme, Weisheit, Wohlbehagen, Zuverlässigkeit.Diese Liste hegt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Und eine Tugend ist darunter, die ich gar nicht so toll finde. Aber beim Lesen fällt mir auf, wie der Mensch sein könnte, aber nicht ist. Eventuell nie sein wird. Was der Anspruch an den Menschen sein könnte, aber nicht ist. Was es noch für erstrebenswerte Ziele jenseits der Zahlen und materiellen Dinge gäbe. Die es aber so nicht gibt. Und man muss sich einfach mal Personen des öffentlichen Interesses vorstellen und dann einen Abgleich mit dieser Liste machen – wer dann nicht laut lacht, dem kann ich wirklich nicht helfen. Fangen wir doch mal einfach an mit einem Herrn...

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:32

Dienstag, 10. Februar 2009

Das erste und das zehnte Mal

Mein erstes AutoMein erster UrlaubMein erstes GehaltMeine erste WohnungMein erster FernseherMeine ersten CowboystiefelMein erstes Glas NutellaMein erstes Mal AmerikaMein erster FlugMein erstes BuchMein erstes RendezvousMein erstes SurfbrettMein erstes HandyMein erster ComputerMeine erste E-MailMein erster KinobesuchMein erstes MotorradMeine erste InternetseiteMein erstes FussballspielMein erstes FahrradMeine erste ArmbanduhrMein erstes SkateboardMein erster SkiurlaubMeine erste SchallplatteMeine erste HiFi-AnlageMein erstes... An die ersten Male ist meine Erinnerung so deutlich und so voller Emotionen, voller Glück und Begeisterung, Stolz und Dankbarkeit. Dieses Gefühl des ersten Mals habe ich so nie mehr empfunden. Es scheint so, als ob beim ersten Mal ein Gefühl losgetreten wird, nach dem man sich sehnt, es wieder und wieder zu empfinden. Aber es gelingt auch bei demselben Aspekt nicht mehr. Also mir nicht. Nie mehr hat sich mein Primärbedürfnis so glücklich gefühlt, wie beim ersten Mal. Jedes nächste Mal war anders und aus Sicht des Primärbedürfnisses schwächer und schwächer. Sicherlich beschreibt das genau ein Problem, das man Konsumsucht nennt. Die Sucht danach, sein Primärbedürfnis in einem selbst so glücklich zu sehen. Man erhöht die Dosis und die verkürzt die Frequenz, aber es rückt immer weiter von einem weg. Wie war es denn beim zehnten Mal?Mein zehntes AutoMein zehnter UrlaubMein zehntes GehaltMeine zehnte WohnungMein zehnter FernseherMeine zehnten CowboystiefelMein zehntes Glas NutellaMein zehntes Mal AmerikaMein zehnter FlugMein zehntes BuchMein zehntes RendezvousMein zehntes SurfbrettMein zehntes HandyMein zehnter ComputerMeine zehnte E-MailMein zehnter KinobesuchMein zehntes MotorradMeine zehnte InternetseiteMein zehntes FussballspielMein zehntes FahrradMeine zehnte ArmbanduhrMein zehntes SkateboardMein zehnter SkiurlaubMeine zehnte SchallplatteMeine zehnte HiFi-AnlageMein zehntes...In vielen Fällen ist es noch nicht mal zum zehnten Mal gekommen. Kein Wunder, wenn die gewünschte Befriedigung schwächer und schwächer wurde, bis sie dann ganz ausblieb. Es ist schon beeindruckend zu sehen, dass mein Gefühl, das an meinen ersten VW Käfer für 500 Mark gebunden ist, stärker ist, als an Autos die jenseits der 50.000 Euro Grenze liegen. Und so verhält es sich mit allem. Somit ist das für mich der Beweis. Es geht nur, ausschließlich und alleinig um Primärbedürfnisse, nie um Sekundärbedürfnisse. Oder wie man einfach und richtig ausdrücken kann: Geld allein macht nicht glücklich. Kein Geld ist aber keine gute Voraussetzung zum Glück. Primärbedürfnisse sind: Lust, Freude, Sicherheit, Freiheit, Unabhängigkeit, Wohlstand, Gesundheit, Erfolg, Bewunderung, Erlebnisse...Sekundärbedürfnisse sind: Rabatt, Zugaben, Preis, Angebote, Gewinnspiele, Leasing, Ausstattung, Finanzierung, Technik und Sondermodelle.Wenn ihr mir das nicht glaubt, dann denkt einfach an das erste Mal und an das zehnte Mal und dann werdet ihr bemerken, welche Gefühle wirklich damit verbunden waren. Versucht, dieses Gefühl für Euch einzufangen und legt es über das, was ihr jetzt macht oder wollt. Und dann fragt Euch ehrlich, ob ihr mit diesem Verlangen das bekommt, was ihr eigentlich wollt.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:47

Montag, 9. Februar 2009

Braun's 10 Principles of Good Design by Dieter Rams

1. Good design is innovative.2. Good design makes a product useful.3. Good design is aesthetic.4. Good design helps us to understand a product.5. Good design is unobtrusive.6. Good design is honest.7. Good design is durable.8. Good design is consequent to the last detail.9. Good design is concerned with the environment.10. Good design is as little design as possible.Back to purity, back to simplicity.Wer an die Einmaligkeit des Apple Design glaubt, der kennt Dieter Rams nicht. Apple ist eine Zitatesammlung von Rams. Somit scheinen die Prinzipien die Zeit zu überdauern. Was sich verändert, sind die Instrumente, die Werkzeuge, der Nutzen und die Methoden, aber die Prinzipien für gutes Design bleiben. Schön. Warum halten sich nur so wenige daran? Oder steckt dann doch Können dahinter. Sollte es so etwas geben, dass es nur wenigen vorbehalten bleibt, eine solche Fähigkeit und Bereitschaft in einer Person zu vereinen, dass dem Vollendung entspringt? Scheint so.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 11:09

Freitag, 6. Februar 2009

Die andere Reichweite

Bis dato wird Reichweite in der Werbung mit Verbreitung gleich gesetzt. Aber so wie es aussieht, gesellt sich da eine Form der Reichweite hinzu, die lautet: Erreiche ich überhaupt meine Zielgruppe? Sind die Arme meiner Kommunikationsmittel lang genug? Man kennt es vom Boxen, da hat Reichweite einen anderen Sinn als Verbreitung. Mehr in Richtung Treffsicherheit.Denn immer mehr scheint sich abzuzeichnen, dass die Arme der Kommunikation nicht mehr bis zur Zielgruppe reichen. Ein Abnutzungseffekt hat sich breit gemacht. Hinzu kommen schädliche Überlagerungen von Kommunikationsaussagen. Sie sind zu einem lauten, grellen Kommunikationswirrwarr ausgeartet, das seine Wirkung schon seit langem verfehlt. Alles nutzt sich einmal ab, wenn man es lang und oft genug gebraucht. Die Werbewelt ging bis heute davon aus, dass diese ewig währt, mit denselben Mitteln und Methoden. Aber vieles, was für immer oder für sehr lange erdacht und ersponnen war, hat dann doch nur ein kurzes Glück auf unserem Planeten gehabt. Somit verändern sich die Reichweiten, vor allem von Methoden und Instrumenten. Diese besondere und andere Art der Reichweite gilt es fortwährend zu prüfen. Das ist so, als ob ein Boxer fortwährend Luftlöcher schlägt und dabei mehr an Luftschlösser glaubt. Dem Methodenstreit folgt deshalb auch der Instrumentestreit. Nicht nur Methoden stehen auf dem Prüfstand, sondern auch die Instrumente, mit deren Unterstützung Methoden umgesetzt werden sollen. Und eins können Sie mir glauben, ein Großteil der Methoden ist längst mausetot und die Instrumente geben nur noch schräge bis keine Töne mehr von sich.Aber für die meisten ist es so schwer, eine verinnerlichte Methode in Frage zu stellen, geschweige zu ändern. Und hat man sich mal mühevoll und langwierig auf einem Instrument eingespielt, steht man einem Instrumentenwechsel eher abgeneigt gegenüber.Sogar der von mir verehrte und hochgeschätzte Helmut Schmidt hat in seiner letzten Kolumne im Zeitmagazin mit dem Titel „Auf eine Zigarette“ am Ende eine Prophezeiung in den Raum gestellt: Das Internet kann niemals die Qualität einer gedruckten Zeitung erreichen. Herr Schmidt, mit Verlaub - sie irren. Und zwar nicht mit Blick in die Zukunft, sondern schon einige Zeit lang. Als treuer ZEITleser sage ich, dass ich Impulse, Ideen, Inspiration und Denkanstöße schon länger und vermehrt im Internet finde. Und wenn ich ehrlich bin, ist „DIE ZEIT“ das letzte mir bekannte Medium der gedruckten Art, das ein solches Feuerwerk von Denkanstößen in mir auslöst. Obwohl ich im Laufe der Jahre alle anderen beiseite gelegt habe, drängt sich mir nichts auf. Und ich habe auch keine Sehnsucht. Und auch die Kritik an der Kürze, die einer Vertiefung von Themen im Wege steht, sehe ich nicht so wie der Alt-Bundeskanzler. Oft reicht ein Impuls. Oft bewegt ein Impuls weitaus mehr. Es gibt zu viel Wichtiges, so dass man nicht jedes Thema so vertiefen muss, dass keine Zeit für die vielen ebenso wichtigen anderen bleibt. Und ich würde gerne eine andere Prophezeiung dem gegenüberstellen. Wenn Helmut Schmidt heute 30 Jahre alt wäre, er würde das Internet lieben und nutzen. Und eine Verbindung der besonderen Art fördern und fordern.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 08:11

Donnerstag, 5. Februar 2009

Die Prophezeiung

BMW verdoppelt die Umweltprämie auf 5.000 €. Also, 2.500 € von Frau Merkel, oder 5.000 € von BMW? Und das ist nur der Anfang. Der Wettbewerb wird das nicht lange auf sich sitzen lassen. Na, wer bietet 7.000 €? Höre ich da schon 9.000 €? Wie ich schon geraume Zeit vorher - gesehen, gesagt und geschrieben habe: Was zählt und wer zahlt? Für wie blöd hält die Politik die Industrie eigentlich? Und wer ist jetzt der Blöde? Liebe Agenturen, da kommt ja ganz schön Arbeit auf Euch zu, macht schon mal die großen Preis-Störer klar. Die ganz Großen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 12:06

Und plötzlich

...geht es ab. Geht nichts mehr. Ist alles anders. Ist alles vorbei. Ist sie weg. Tritt jemand in mein Leben. Ist man krank. Trifft einen das Glück oder das Schicksal. Und natürlich nie zu vergessen, der Zufall. Dass plötzlich Dinge passieren, setzt bestimmte Menschen unter erheblichen Druck. Denn dieses "plötzlich" führt ihnen immer wieder vor Augen, wie wenig man im Leben wirklich kontrolliert. Ist man nun aber ein Kontrollfreak, dann ist dieses "plötzlich" genau das, wovor man so große Angst hat. Im Leben wird versucht, alles zu kontrollieren, aber wenn das „plötzlich“ eintritt, dann ist von der Kontrolle nichts mehr zu sehen. Der Teil des Lebens, den wir glauben zu kontrollieren, ist so verschwindend klein, dass es sich eigentlich nicht lohnt, unbedingt zu versuchen, die Kontrolle über alles für sich zu gewinnen. Zudem ist ein Leben unter Kontrolle kein sehr fantasiereiches, spontanes, impulsives, intuitives und lebendiges Leben. Es ist weit mehr ein Leben in Angst, die Kontrolle zu verlieren, die man ohnehin nicht hat. Diese Angst vor dem Kontrollverlust macht aus Menschen eigenartige Individuen. Die Klaviatur des Lebens ist bei solchen Menschen sehr klein, eingeschränkt und eintönig. Das wenige ist oft begleitet von einer Art Perfektion. Die aber nicht dem Ergebnis in der Sache dient, sondern dem selbst empfundenen Kontrollverlangen. Sich selbst kontrollieren, die Dinge kontrollieren wollen und die schlimmste Form, Menschen kontrollieren zu müssen. Alle Formen sind weit verbreitet in unserer Gesellschaft. Und die meisten selbsternannten Perfektionisten haben wie gesagt mit der Sache nichts am Hut, sondern weitaus mehr mit der Angst, etwas könnte außer Kontrolle geraten. Es ist eine Frage des Lebensweges, wie man mit diesem Thema umgeht. Wer auf seinem Lebensweg häufig, willkürlich und heftig Begegnungen mit „außer Kontrolle“ gehabt hat, der wird einen gänzlich anderen Umgang damit pflegen als Menschen, für die "außer Kontrolle" jede Kleinigkeit ist, die nicht an ihrem Platz vorzufinden war. Menschen, die jede Änderung und Veränderung an den Rand einer mittelprächtigen Panik bringen. Der Umgang mit Kontrolle und Kontrollverlust wird einem ja auch nicht beigebracht oder erklärt. Die meisten Menschen gehen mit diesem Gefühl sehr einsam durchs Leben. Dabei wäre eine Veränderung so leicht. Man muss nur das Gegenteil von Kontrolle in sein Leben lassen. Das bringt die falsch verstandene Kontrolle ganz gut ins Gleichgewicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:54

Mittwoch, 4. Februar 2009

Errungenschaften

Es gibt solche und solche. Man sollte sich an keine Errungenschaft mehr klammern, so dass man sich nicht innerhalb von 30 Sekunden davon trennen könnte. Für Wichtiges muss man aber auch bereit sein, etwas zu riskieren. Errungenschaften können das Fundament bilden, aber zugleich auch das Gebäude zum Einsturz bringen.Oft werden Errungenschaften mehr wie Trophäen in die Vitrine gestellt. Und dort nie überprüft, ob ihrem Nutzen oder Schaden. Errungenschaften genießen so eine Art von Schutzwall, denn alle waren mal stolz darauf. Und jetzt? Mit den Errungenschaften ist das so eine Sache. Die meisten Errungenschaften liefert der Erfolg und der Wohlstand. Denn dieser verleitet dazu anzunehmen, alles sei richtig. Niemand kümmert sich wirklich um die Zusammensetzung von Errungenschaften. Dafür sind diese zu ehrenhaft, als dass man sie einfach so bloßstellen könnte, dürfte oder sollte.Das Bewahren von nicht mehr zeitgemäßen Errungenschaften ist das eigentliche Desaster. Der Erfolg von gestern hat morgen keinen Wert mehr, nur noch einen emotionalen historischen. Mehr nicht. Und das verwechseln viele. Somit fahren mehr Menschen ein Unternehmen lieber vor die Wand, als sich von liebgewonnenen Errungenschaften freiwillig zu trennen, um es zu retten oder auf Erfolgskurs zu halten. Die Gegenbewegung dazu sind Menschen, die mit Errungenschaften nichts am Hut haben und das Positive darin nicht sehen und fortsetzen können. Das ist ebenso schlimm und bringt Unternehmen sehr aktionistisch auf Zick-Zack-Kurs. Es ist ja auch nur fair, dass dies nicht jeder kann, sondern dass man dafür ein besonderes Feingefühl mitbringen muss, um Errungenschaften wie weiße Perlen auf die Kette einer Unternehmensgeschichte zu ziehen. Gute Errungenschaften, helle weiße Perlen, die das Unternehmen immer in einem besonderen positiven und hellen Licht erstrahlen lassen. Errungenschaften sind wichtige Etappenziele auf dem Weg durch die Zeit. Sie zeigen, woher man kommt – aber nicht, wohin die Reise geht.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:55

Dienstag, 3. Februar 2009

alpen 2

Geschrieben von Peter von Felbert um 20:47

Redigieren, so was mache ich nicht

Ich musste erstmal nachsehen, was das Wort eigentlich wirklich bedeutet. Es gibt da so eine Reihe von Wörtern, die ich schon mal nutze, von denen ich mir bis heute nicht sicher bin, was diese wirklich bedeuten. An dieser Stelle möchte ich zu diesem Thema natürlich nicht zu viel verraten. Aber ich denke, so geht es nicht nur einigen, eher vielen. Man kann sich doch unmöglich jeder Bedeutung sicher sein. Denke ich. Redigieren ist auch so ein Wort, das mir beim Schreiben häufig begegnet. Nicht von mir aus, sondern von erstaunten Lesern, die völlig selbstverständlich davon ausgehen, dass jeder hier veröffentlichte Text einige Male redigiert worden ist. Und zwar soll ich das wohl selbst machen. Was ich aber nicht mache.Sondern ich schreibe, wie andere Klavier spielen. Ich habe da ein Thema und Melodie im Kopf und dann improvisiere ich rund um die mir wesentlichen Aspekte dieses Themas. Das war es. Somit ergeben sich auch meist die Länge oder die Kürze, die Pausen, die Ausflüge und Übergänge. Diese Art des Schreibens kommt dem Musizieren wesentlich näher, als das allgemeingütige Schreiben. Dass sich jemand Notizen und Skizzen macht, eine Rohfassung schreibt und diese durch redigieren schleift und schleift, bis die Wortwahl sitzt. Nein, dass mache ich nicht. Das Schreiben in meiner Form dauert unwesentlich länger als das Lesen desselben Textes. Die einzige Schleife, die ich mir gönne und erlaube, ist die des Lektorats. Aber auch das kommt durch meine Art oft ins schleudern und schwitzen. Denn wenn ich einen Gedanken aufgefangen und aufgeschrieben habe, dann kann ich es immer kaum aushalten, diesen in die Onlinewelt zu entlassen. Meine damit verbundene Ungeduld macht es mir unmöglich, Tage darauf zu warten, dass ein Text endlich korrigiert zurückkommt. Meine Erwartungshaltung erstreckt sich da auf einen Zeitraum von maximal 12 Stunden. Maximal. Lieber aber innerhalb von 1 bis 4 Stunden.Angesprochen auf diese Gewissheit des Redigieren, fällt mir auf und wird mir bewusst, wie anders andere schreiben. Sich förmlich quälen bei der Wahl der Wörter. Sich hin und her wiegen, so oder so, so oder anders, oder sogar ganz anders. Mich würde das verrückt machen. Ich habe was zu schreiben oder nicht. Mozart soll seine Kompositionen im Kopf fertig gehabt haben, so dass er diese nur noch herunterschreiben musste. Dafür musste er mehr Zeit für sich gewinnen. Er saß nicht am Notenblatt und hat fortwährend Noten verbessert oder verändert. Er hat das im Kopf aufgeschrieben. Und wie wir heute wissen, war es gut so und hat immer gestimmt. Hätte er sonst in einer so kurzen Lebenszeit ein so epochales Lebenswerk zu Papier bringen können. Da ist wieder so ein Wort gefallen, von dem ich mir nicht 100%ig sicher bin, dass es das sagt und trifft, was ich eigentlich sagen will. Wird schon stimmen. Und wenn nicht, wird es kaum einem, eher keinem auffallen. Natürlich möchte ich mich in keinster Weise mit Mozart vergleichen, ich wollte nur eine Erklärung suchen und finden, wie ich es tue – das Schreiben. Und die Geschichte trifft es aus meiner Sicht am besten.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:43

Montag, 2. Februar 2009

Kennen Sie Ihre Ethik-Schwelle?

Wer hat nicht schon fassungslos den Kopf darüber geschüttelt, zu was Menschen bereit sind. Blickt man zurück oder in die Gegenwart, dann trifft man auf Verhalten von Menschen, das man nicht glauben kann. Aber muss. Somit wirft sich die Frage auf, warum können die Dinge tun, zu denen man selbst nicht im Stande wäre. Glaubt man oder weiß man? Absichtlich möchte ich keine Beispiele anführen, weil ich nicht will, dass man diese Seite unter diesen Begriffen googeln kann. Denn es gibt natürlich Menschen, die mit diesem Vorgehen kein Problem haben. Ganz im Gegenteil, die fühlen sich in solchen ethisch niedrigen Umfeldern wohl. Diese Menschen möchte ich nicht im virtuellen Raum auch noch bedienen.Ganz im Gegenteil. Wie kommt das, dass Menschen zu so was fähig sind. Dafür müssen wir aber keine Reise zurück machen, sondern können einfach einen Blick in die Gegenwart werfen. Da ist zu beobachten, dass man Menschen besser erkennt, wenn man diesen Verantwortung gibt, die sich auf Grund von äußeren Umständen zu Macht umwandelt. Und wie Menschen sich verändern, die unter Druck geraten. Wie diese mit diesem Druck umgehen – verantwortlich oder unverantwortlich.Die Situation der Wirtschaft präsentiert uns ein wunderbares Beispiel für das Erkennen von unterschiedlichen Ethik-Schwellen. Zu beobachten ist, wie Menschen mit aller Gewalt die Schuld bei anderen suchen und finden. Und wie sie sofort ihre Macht einsetzen. Noch schlimmer, der Druck der auf ihnen lastet, wird einfach an alle weitergeleitet, die in der Hierarchie unter ihnen sind. Die Ethik-Schwelle sinkt in der Regel, um so höher man in Machtstrukturen aufsteigt. Was einfach zu erklären ist, die zunehmende Verantwortung wird für Menschen mit einer hohen Ethik-Schwelle unerträglich. Denn diese fühlen sich verantwortlich und sie sind unfähig, daraus einen Machtanspruch abzuleiten. Dieser belastet sie psychisch und physisch. Was man von Menschen mit niedriger Ethik-Schwelle nicht sagen kann. Somit geht es nicht um Regeln und Gesetze. Die halten Menschen mit niedriger Ethik-Schwelle natürlich nicht ab, sondern diese verwenden alle Energie darauf, wieder eine Lücke im System zu finden. Man müsste stattdessen ein System entwickeln, das nur Menschen in bestimmte Positionen vordringen lässt, die nachweislich eine hohe Ethik-Schwelle haben. Solche Menschen entfachen keine Kriege. Und solche Menschen sind nicht getrieben von Habgier. Gut erkennen kann man das Gleichgewicht aus Macht und Verantwortung in Familienunternehmen. Hier kontrolliert sich zumeist die Ethik-Schwelle selbst. Denn es stehen nicht nur rationale Werte auf dem Spiel, sondern auch emotionale. Was denken denn die anderen über uns? Die Angst, sein Gesicht zu verlieren.Somit haben wir ein Systemproblem. Und zwar nicht seit Neustem, sondern schon sehr lange. Und dieses wird sich, so wie es aussieht, weiter fortsetzen. Außer, ja außer, Menschen mit hoher Ethik-Schwelle tun sich zusammen oder man fördert und unterstützt solche Menschen. Oder man gibt sich selbst einen Ruck, in Hierarchiestrukturen wenigstens eine Ebene höher zu kommen, als man es sich selbst zutraut. Wenn das jede Generation verinnerlicht, dann rücken sukzessive Menschen in Positionen vor, die genau das leben, denken und umsetzen, was wir uns für diesen Planeten wirklich wünschen. Ich kann mir schon denken, wer sich jetzt über diese Theorie aufregt. Und wer schon jetzt darüber nachdenkt, wie er weiter über Leichen schreiten kann und dabei allen glaubhaft versichert, wie hoch doch seine Ethik-Schwelle ist. Die Krise, das Problem entlarvt sie dann doch alle. Wie man jetzt sehr gut sehen kann, wenn man hinsieht.Somit haben wir mehr ein Ethik-Problem als alles andere. Und mit Gesetzen und Regeln wird man dem nicht gerecht, sondern in dem man weniger auf numerische Werte achtet. Weniger auf Interessengemeinschaften. Weniger auf Lobbyismus. Sondern mehr Augenmerk auf die ethische Schwelle von Menschen hat. Siehe Barack Obama. Und viele mehr. Es gibt sie überall. Aber wer nimmt schon gerne den Kopf hoch in die Schusslinie von Menschen, denen ihr Gegenüber völlig gleichgültig ist. Denen die Behauptung über allem steht. Die Befriedigung des eigenen Egos ebenso, egal was es kostet. Für die sogar Menschlichkeit nur eine Spielfigur auf dem Spielbrett ihres eigenen Lebens ist.
Wer gerne mehr darüber wissen will, der sollte sich diese Rede anhören und sich diesen Film ansehen, es lohnt sich vor allem für Menschen mit einer hohen Ethik-Schwelle:
Philip Zimbardo: How ordinary people become monsters ... or heroes

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:12

Freitag, 30. Januar 2009

Der Mann im Zug

Mit der Zeit knüpft man zarte Bekanntschaften auf der immer wiederkehrenden Zugfahrt von zu Hause ins Büro und zurück. Es ergibt sich oder nicht. Man kommt ins Gespräch, mal mehr, mal weniger. Je nach Verfassung weicht man dem Kontakt auch schon mal aus, weil man für sich sein will. Manchmal aber freut man sich umso mehr, neben oder gegenüber einem mehr oder weniger bekannten Gesicht Platz nehmen zu können. Das ist das Schöne am Zugfahren. So habe ich vor geraumer Zeit Frank kennengelernt, der bei einer Firma arbeitet, die ich nicht kannte und deren Namen ich mir beim besten Willen nicht merken konnte. Klang auch nicht so spannend.Im Laufe der letzten 10 Monate verdüsterte sich die Stimmung von Frank zunehmend. Seine aus seiner Sicht allgemeingültige Darstellung der Gegenwart und der nahenden Zukunft verfinsterte sich von Woche zu Woche. Und in den zurückliegenden Wochen scheint der Spannungsbogen seinen Höhepunkt erreicht zu haben. Hinter dem Begriff „Schwarz sehen“ wird man für lange Zeit sein Bild im Lexikon finden, als Centerfold in Farbe zum ausklappen. Nun sitzt er plötzlich nicht mehr im Zug. Somit schwindet auch das Schreckensszenario sichtbar und spürbar. Vor einiger Zeit verstand ich dann doch, für welche Firma er tätig war - Qimonda. Er hat dort Projekte betreut. Oder sagen wir besser, er hatte Projekte betreut, erst viele, dann weniger, dann keine und dann nur noch völlig schwachsinnige. Wir haben oft die Zugfahrt genutzt, um uns über seine Situation auszutauschen. Es war ein wenig so, wie wenn einen Freund eine Frau verlässt. Und der einem unentwegt versichert und erklärt, das ist nicht schlimm, er ist drüber weg und wie alle Frauen wirklich ticken und...und...und. In solchen Augenblicken hört man einfach zu. Und hört einfach zu. Und hört einfach zu. Und so erfährt man inhaltlich zwar nicht viel, aber die Wörter wiederholen sich. Wörter wie Managerfehler, die Spinner, China, Markt kaputt, Subventionen, Taschen voll machen, Realitätsverlust und viele mehr. Nun ist Qimonda wohl pleite. Und von ihm werde ich wohl nicht mehr viel zu Gesicht bekommen. Eigentlich schade, gerne hätte ich miterlebt, dass es bei ihm auf wieder aufwärts geht. Hin und wieder wollte ich ihn auch mal aufbauen. Und ihm mitteilen, wie gut es mir geht, nach einer schlechten Zeit. Dass man eine solche Situation nicht auf sich beziehen darf. Aber das schien mir sinnlos. Doch irgendwas musste ich ja auch mal erwidern. Er hat auch Familie und nun keinen Job mehr. Andere sind früher von Bord gegangen mit einem goldenen Handschlag. Er wird wohl leer ausgehen. Er denkt über Selbstständigkeit nach. Okay, dachte ich. Er will Freiheit. Okay, denke ich. Er will was machen, hinter dem er absolut stehen kann. Okay, denke ich noch mal. Und ich Trottel frage, das ist ja alles gut und schön, aber mit was willst Du dein Geld verdienen? Blöde Frage, gebe ich zu. Aber mir fiel nichts anderes ein.Trotzdem denke ich nun hin und wieder an Frank und seine düsteren Bilder von der Zukunft, die sich so gar nicht mit meiner Weltanschauung decken. Eigentlich wünsche ich mir nur, dass er sein Glück findet. Egal wie. Dass er schnell das Thema abhaken kann. Kraft, Energie und Zuversicht gewinnt. Und dass er irgendwann wieder mit mir in den Zug steigt und er mir freudig erzählt: Hör mal, weißt du, was mir Geiles passiert ist?

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:43

Donnerstag, 29. Januar 2009

Und wie war ich?

Erst wollte ich jemandem im Kindergarten imponieren. Wenn ich genau darüber nachdenke, waren es mehrere. Dann wollte ich lange Zeit meiner Familie imponieren, vor allem natürlich meinem Vater. Dann wollte in in der Schule allen möglichen imponieren. Und dann, in jedem Urlaub, wollte ich Menschen an den verschiedensten Orten imponieren. Und dann, als Surflehrer, wollte ich natürlich auch möglichst vielen imponieren. In der Uni dasselbe Imponiergehabe. Und so ging es weiter und weiter. Bis ich eines Tages überraschend feststellte, dass dieses "imponieren wollen" ziemlich anstrengend ist und bei dem Bemühen darum nichts zurückkommt. Dann habe ich es eingestellt. Nicht für immer, denn immer wieder überfällt es mich, um meine Erkenntnis erneut zu bestätigen, was für ein Quatsch. Aber es ist stückweit auch Gewohnheit. Meisten kann ich es lassen. Immer öfter. Ich versuche, mehr mir selbst zu imponieren. Das klappt viel besser. Woher das wohl kommt. Entweder fehlende Anerkennung oder eine zu große Gier nach Anerkennung. Kommt aber beides auf dasselbe raus. Fehlende Anerkennung ist nur einfacher zu beschreiben und das allerschönste daran: man hat Schuldige. Ein übersteigertes Bedürfnis nach Anerkennung wiegt da schon schwerer und man kann zudem die Schuld nicht bei Anderen suchen. Schlimmer, man wird sie bei sich finden. Das mit der Anerkennung ist schon so eine Sache. Aber wenn ich mich so umschaue, bin ich da zum Glück nicht alleine. Somit versuche ich einen Trick anzuwenden, um mich zu überlisten. Ein Deal sozusagen. Mein Entschluss war, Kritik flach an mich heranzulassen und mit der Anerkennung ebenso zu verfahren. Wenn man die emotionalen Spitzen auf der einen Seite kappt, dann klappt das auch auf der anderen. Praktisch oder?Also nichts überbewerten und somit die Erwartungshaltung an das Gefühl gegenüber einfach einzugrenzen. Wenn das Wasser in der Badewanne zu heiß ist, lässt man kaltes ein. Und wenn es zu kalt ist, dann heißes. Man bewirkt mit dem Gegenteil oft mehr und vor allem das Richtige. Dieses Prinzip kann man auch gut im Business anwenden. Eventuell sollte ich dem einen Namen geben - die Opposition-Strategie. Wenn alle laut sind, muss man ganz leise reden. Es funktioniert. Man muss nicht dasselbe anders machen. Sondern einfach das Gegenteil. Dann bekommt man, was man will. Alle wollen in eine Disko, in die man nicht reinkommt. Alle wollen... na funktioniert es schon?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 13:49

Mittwoch, 28. Januar 2009

Spreu & Weizen

Wenn man Mehl herstellen will muss man Spreu vom Weizen trennen. Das war immer schon so. Warum? Weil es nicht schmeckt, wenn man in ein Brot, Brötchen oder Kuchen beißt und einem kleine, unverdauliche Stückchen den Spaß am Kauen verderben. Keine Ahnung wann man damit angefangen hat. Vermutlich schon sehr früh, denn Spreu ist doch ziemlich ungenießbar, hängt in den Zähnen und bläht vermutlich auch. Diese beim Dreschen von Getreide abfallenden Spelzen und Hülsen, Grannen, Samenhüllen und Stengelteile haben sogar schon den Evangelisten Matthäus beschäftigt. Leider ist es nie so gekommen, wie er es herauf beschworen hat.
Er (wir wissen wer gemeint ist) hat die Spreu leider nicht vom Weizen getrennt und die Spreu ist auch nicht im nie erlöschendem Feuer verbrannt. Das ist bitter, aber nicht zu ändern. Wäre da nicht das Fernsehen. Das allwissende Medium hat sich ihrer angenommen, eine sinnvolle Verwendung für sie gefunden. Hurra. Nach eingehender Brauchbarkeitsanalyse hat man sich beim Fernsehen gesagt: Wenn schon nicht brennbar, dann vielleicht erzieh-, belehr- oder motivierbar? So werden wir ihn auch los - den Spreu - und wir haben alle etwas davon. Wir schauen alle zu, wie aus dem überschuldeten Kaufberauschten ein aufgeklärter Konsument mit finanziellem Spielraum wird, wie aus der überforderten Hausfrau und Mutter eine Seele von Mensch wird, wie ein Gastronom ohne Gefühl für Gäste, Geschmack und Marketing fettaugengleich wieder an die Oberfläche schwimmt.
Ich liebe diese Sendungen. Ganz besonders diese, in denen Profiköche mal so richtig aufräumen. Mit ihrer Leidenschaft die Schöpfkelle kreisen lassen. Mit Liebe zum Detail ein Feuer anfachen, das entweder nie gebrannt hat oder endlich wieder auflodert. Großartig wie aus Versagern und kulinarischen Vollpfosten gastronomische Rennpferde, Helden der Kochtöpfe werden. Man kann sich nicht satt sehen an dem immer gleichen Märchen, das hier stattfindet und Wirklichkeit wird. Was für eine geniale Idee, diese Wandlungen auch noch zu filmen. Danke Jungs und Mädels vom Fernsehen. Danke für diesen Spaß. Danke fürs nachträgliche Dreschen des Spreus. Auch wenn das eigentlich keinen Sinn macht, vielleicht schafft ihr es ja trotzdem, diesen vielen "Underperformern" da draußen Mut zu machen. Vielleicht nehmen sich viele ein Beispiel daran und denken um, packen an, räumen auf und machen endlich ihre Hausaufgaben. Eines ist jedenfalls sicher: Ich möchte heute kein Gastronom sein, der seinen Job nicht macht. Diese Sendungen werden den Anspruch an gutes Essen und gute Gastronomie steigern. Die Luft für verbrannte Steaks, laffe Suppen, verkochtes Gemüse, langweilige Soßen und schlechten Service wird dünner. Gut so.
Dabei kommt mir eine Idee: Was, wenn es solche Sendungen auch für ausgelaugte, unmotivierte, uninspirierte Marketingabteilungen gäbe. Das wäre doch ein Spaß. Mal so richtig aufräumen. In die lauwarmen Suppen spucken und die Speisekarte des Marketingchefs auf den Kopf zu stellen. Ich wäre dabei. Auch mit Kamera. Damit wir alle etwas davon haben. Oder?

Geschrieben von Mr. Brown in Marketing Denkanstöße um 17:26

Die andere Sicht der Dinge

Das Internet ist vergleichbar mit der Erfindung der Dampfmaschine. Sie hat die Gesellschaften auf diesem Planeten total verändert und diese Veränderungen prägen bis heute unsere Gesellschaften. Die Dampfmaschine ist aber bereits erfunden. Das Internet knüpft hier an, wird aber mit seinen Auswirkungrn einen weitaus größeren Einfluss auf die Gesellschaften nehmen, als es die Dampfmaschine getan hat. Das Internet in der heutigen Form ist gerade mal ca. 15 Jahre alt. Geht man davon aus, dass die Entwicklung exponentiell weitergehen wird, dann haben wir es, verglichen mit einem Zeitfenster von ca. 70 bis 150 Jahren der analogen Wirtschaftswelt, nun nur noch mit ca. 30 bis 50 Jahren zu tun.Da immer mehr Datenmengen immer schneller be- und verarbeitet werden können, ist dieser Tsunami ganz am Anfang seiner Entwicklung, wird an Geschwindigkeit noch zunehmen und seine wahre Größe erst noch offenbaren. Er wird alle Vorhersagen in den Schatten stellen. Er wird alles, was wir aus heutiger Sicht als unmöglich ansehen, möglich und dann selbstverständlich machen.Und ein Großteil der Entscheider haben keine Ahnung, was da passiert. Somit wird es einen kompletten Wechsel geben in den nächsten 10 bis 20 Jahren. Alles was jetzt oben ist, wird dann unten oder nicht mehr da sein. Alles was jetzt aufkommt, wird dann oben sein. Und alle, die schon jetzt auf dieser Welle reiten, sind dann ganz oben. Es ist so absurd, wie sich viele Entscheider in der Wirtschaft, den Medien und der Politik verhalten. Aber es ist somit wie immer. Als das Auto erfunden wurde, haben die meisten wirklich geglaubt, das wäre nur eine Zeiterscheinung und am Ende wird sich das Pferd und die Kutsche doch behaupten. Und so war es mit allen bahnbrechenden Erfindungen und Innovationen. Nur ganz wenige erkennen sofort das Potential, ganz, ganz wenige. Der große Rest ist davon überzeugt, das alles so bleibt wie gehabt. Bis, ja bis die Welle unübersehbar ist. Alle Argumente verpuffen an der Unfähigkeit vieler Menschen, eine Vorstellungskraft zu entwickeln und diese zu fördern. Für die Masse ist das kein Problem, aber wenn diejenigen dazu nicht fähig sind, welche die Richtung und den Weg angeben, dann ist das schon ein Problem.Sie sehen es nicht, weil sie es nicht können, weil sie es nicht wollen und weil

sie nicht dürfen. Aber die Entwicklung nimmt darauf keine Rücksicht. Somit können wir uns von vielen, den meisten schon heute, innerlich verabschieden. Der Internet-Tsunami wird sie alle mitreißen. Aber dafür werden wir viele neue Gesichter, Namen, Branchen und Unternehmen bekommen. Immer wieder bin ich konsterniert, wie wenig Ahnung Verantwortliche von dem Thema haben. Und mit welchen Ängsten sie diesem Thema begegnen. Natürlich hat es viel mit der Arroganz und Überheblichkeit des Internets zu tun. Und damit, wie brutal alles über Bord geworfen wird, was ist. Und dass es fast zur Religion hoch stilisiert wird, dass diese Menschen so anders reden – oft unverständlich. Und dass sie so tun, als ob sie alles besser wissen. Und dass alles schon so weit weg ist und man viel Kraft und Mühe investieren müsste, um überhaupt auf einen Level zu kommen, um das zu verstehen. Und bis dahin ist die Entwicklung schon wieder Kilometer enteilt. Es ist ein Drama. Aber dieses Drama wiederholt sich in unregelmäßigen Abständen. Alles wird sich ändern, ob man das will oder nicht. Und die Chance zu einem Besseren ist ungewiss, aber möglich. Aber letztendlich nur eine Hoffnung. Aber besser als keine.Die Konzerne und die Unternehmen der Zukunft werden andere sein. Ebenso die Parteien und die Medien, welche den Ton angeben. Ein Großteil von denen, die heute eine Rolle spielen, werden dann keine Rolle mehr spielen. Sie werden wie diese Kutscher sein. Denen dann nichts bleibt, als Taxifahrer zu werden, weil sie es nicht glauben konnten. Wenn es dann noch Taxis gibt.Als ich vor über 10 Jahren in einem Konferenzraum bei einem Unternehmen namens Sony stand und voller Begeisterung von Suchmaschinen im Internet sprach und dass dies ein Produkt für Sony sein könnte, eine Sony-Suchmaschine zu entwickeln und zu platzieren, war meine Begeisterung unermeßlich. Was das bedeuten könnte, "It´s a Sony" als führende Marke sich in der neuen Welt zu platzieren, da antwortete der verantwortliche Marketingleiter: "Was soll ich mit einer Suchmaschine, wenn ich gar nichts finden will im Internet?".Am Anfang waren wir verblüfft, dass man Computer vernetzen konnte und dass man damit seine Botschaft ins Internet stellen konnte. Dann waren wir verblüfft, dass man Internetseiten verknüpfen konnte mit Links. Und jetzt staunen alle wieder, dass man Datenbanken verbinden kann mit Feeds. Somit nimmt die Verblüffung der Entwicklung kein Ende, weil kein Ende in Sicht ist. Denn am Ende werden die „Dinge“ vernetzt sein. Und zwar alle. Alles wird im Internet sein. Und wenn ich alles sage, dann meine ich alles. Das Motorrad, das Fahrrad, die Hose, die Uhr... alles. Nach den Firmen und den Menschen auf Webseiten, nach den Gedanken in Form von Blogs und Bildern, werden die Dinge im Internet erscheinen. Und niemand will sich und kann sich das vorstellen. Die Menschen werden nur noch ein Gerät haben, das alles kann. Somit werden ganze Branchen verschwinden. Ganze Produkt-Generationen werden sich in Luft auflösen und ihnen wird nichts folgen. Denn es wird nur noch ein „Ding“ geben, das allen Zugang ermöglicht. Allen. Zu allen Menschen und allen Dingen. Die Menschen werden sich ein eigenes Bild machen von allem und allen Dingen. Sie werden nur noch da vertrauen, wo spürbar Vertrauen ist, weil niemand einen Nutzen davon hat und sich an ihrem Vertrauen bereichern kann. Alles ändert sich, einiges zum Guten – hoffentlich mehr – und einiges zum Schlechten. Aber es verändert sind. Die Frage ist nur, wer geht mit bei dieser Veränderung? Wer gestaltet diese Veränderung? Und wer ist der Verlierer und wer ist der Gewinner? Und die Antwort ist so einfach wie banal: Die Anderen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:56

Montag, 26. Januar 2009

Blog ‘n‘ Roll

Anfang der 60er, mit den Beatles und den Stones, war für viele klar, wir gründen eine Band. Das ist der schnellste, geilste und lauteste Weg zu allem, was man sich für sich selbst vorstellen kann. Und so begab es sich, dass man aus ca. 40 Millionen Kellern, Garagen, Wohn- und Kinderzimmern und so ähnlichem wie Proberäumen auf der Welt, Lärm vernehmen musste. Zum Großteil klang es nicht nur erbärmlich und übel, sondern da sich der Erfolg nicht unmittelbar einstellen wollte, musste es dann doch eine KFZ-Mechanikerlehre richten. Einige ganz schlimme Zeitgenossen hielten verdammt lange durch. Aber mit demselben niederschmetternden Ergebnis. Keine Groupies. Keine Auftritte. Keine Platte. Keine Kohle. Nichts. Nur Hohn und Spott. Den hatte man sich aber redlich verdient. Aber man kann es kaum glauben, aus der einen oder anderen Kellerband wurde alles das und viel mehr, was man sich nur vorstellen konnte. Von den ca. 40 Millionen haben es dann doch so ca. 100 geschafft. Sie sind im Olymp des Rock ‘n‘ Roll angekommen. Und einige wenige haben es sogar in die Hall of Fame geschafft. Mit Recht. Warum ich das erzähle. Den Blogs wird es genauso ergehen. Weil sich die Dinge nie ändern, nur die Instrumente. Am Ende der Blogstraße steht nur für ganz wenige ein Haus am See. Und es werden genau die wenigen Auserwählten sein, denen es immer um mehr und anderes ging als um den schnellen Ruhm und Reichtum. Deshalb konnten nur die es schaffen. Und deshalb haben nur die es geschafft.Den Bloggern geht es genauso. Da schreiben über 40 Millionen zwar nicht im Keller, sondern an irgendeinem Tisch in irgendeinem Haus, an irgendeinem Rechner und der Großteil klingt bzw. liest sich leider übel. Und auch ist die Cover-Version das häufigste, was den Bildschirm erhellen soll und auf Dauer natürlich nicht tut. Und auch hier reicht zum einen die fehlende Begabung und das zu gleichen Teilen fehlende Talent nicht aus, nur einen Blog-Groupie für sich zu gewinnen, zudem fehlt es am Wichtigsten – an der Ausdauer und dem Fleiß. Aber das an allen Ecken und Enden. Und so scheitert schnell die Hoffnung, mit einem Blog eine Abkürzung im Leben gefunden zu haben, die zu alldem führt, was man glaubt, eigentlich verdient zu haben. Somit stellt sich auch bei Bloggern schnell der Blues ein. Immer wieder dieselbe Leier, die man dann selbst nicht mehr sehen kann. Und das mit dem Geld war dann doch mehr ein Gerücht. Nachdem nun der größte, bekannteste und wichtigste Blog in Deutschland für unter 50.000 EUR den Besitzer wechselte, wird das vielen die Lähmung in die Finger treiben. Was mache ich da eigentlich? Was bringt das? Oder sollte ich doch lieber eine Lehre machen oder was Richtiges? So ist das mit der Kunst, man muss viel aushalten können und in gleichem Maße durchhalten.Somit beginnt jetzt langsam aber sichtbar das große Blogsterben. Und was da verkauft wird, ist nicht der Blog, sondern mehr der Verstärker und die Gitarre. Und wie das klingt, das wird sich noch zeigen. Eventuell beherrschen die neuen Blogger das Instrument sogar besser. Aber in der Regel, also in 99% der Fälle, werden auch die neuen Besitzer merken, der Inhalt, vor allem der relevante, authentische, glaubwürdige, der schreibt sich nicht selbst. Und das ist gut so. Sonst könnte das ja auch jeder.Somit wird es wie in den 60ern ausgehen. In ein paar Jahren werden sich einige wenige Edelsteine herauskristallisieren. Und der Rest ist nur noch Geschichte. Und man wird seinen Enkeln in 40 Jahren dieselben Gesichten erzählen wie die Kellerkinder. Ja, auch ich hatte mal einen Blog. Da kann ich euch Geschichten erzählen. Und die Enkel werden erwidern, Opa, die kennen wir doch schon. Somit meine Sichtweise auf den Punkt gebracht: Bloggen ist kein Geschäftsmodell. Es war es nie, es ist es nicht und es wird es nie werden. Bloggen ist eine Ausdrucksform wie der Rock ‘n‘ Roll. Und wer nichts zu sagen hat, der sollte nicht schreiben. Und wer ohne schreiben auch leben könnte, der sollte auch nicht bloggen, Aber wer den Ton trifft und die Seiten seiner Persönlichkeit authentisch und glaubwürdig auf den Monitor bringt, dem steht eine Welt offen. Welche, das wird sich noch zeigen.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 23:06

Betriebsmodus

In welchem Betriebsmodus läuft man? Ein Freund erzählte mir anhand dieses Bildes, wie schwer, wichtig, anders es ist, wenn man als Mensch den Betriebsmodus wechselt. Vor allem wenn man dachte, es gäbe nur einen – den eigenen. Das fand ich einen so interessanten Ansatz, dass ich diesen aufgegriffen habe. Denn auch ich bin in einem bestimmten Betriebsmodus und einem selbst fällt das nicht mehr auf. Vor allem fällt einem nicht mehr auf, in welchem Betriebsmodus viele andere Menschen sind, schon gar nicht in welcher Betriebstemperatur. Ich bin im Macher-Modus. Nicht unbedingt weil ich will, sondern weil ich muss. Das haben selbständige kleine Mittelstandsunternehmer nun man so an sich und vor sich. Weil fast niemand etwas für einen macht, geschweige denn erledigt, macht man besser alles selbst. Andere dagegen sind im Angestellten-Modus. Im Angestellten-Modus sozusagen, da ist man ständig damit beschäftigt zu überlegen, wer etwas an seiner eigenen Stelle machen könnte. Mit wie wenig man durch den Tag kommt. Jemand müsste mal dies und jenes machen oder man müsste das mal machen – einer von den beiden jedenfalls, aber nicht ich. Der gewählte Modus zielt erbarmungslos auf die Wertschöpfung ab. Der Angestellte will sich möglichst teuer

verkaufen, was ihm gefühlsmäßig nie gelingt. Er verdient immer zu wenig. Darum wendet er einen Trick an. Er versucht zur Strafe so wenig in seiner verkauften Arbeitszeit zu leisten wie es nur geht. Noch besser, er versucht, dass andere möglichst noch seine eigene Arbeit machen. Dann stellt sich bei ihm, kurzfristig, doch ein gutes Gefühl ein. Dieses Bestreben haben viele im Dienste eines Unternehmens perfektioniert und absolut auf die Spitze getrieben. Da sitzen CEOs, Vorstände, Geschäftsführer und so weiter in Massen herum, die sich darauf spezialisiert haben, so zu tun als ob und die zur Produktivität nichts beisteuern oder so wenig wie möglich. Nur so fühlen sich diese wohl. Das muss man verstehen. Das ist nur allzu menschlich. Da sitzen so Menschen in diesen Unternehmen, welche ihnen selbst nicht gehören. Und sie verkaufen ihre reine Arbeitszeit und dafür, denkt der Unternehmer, würden sie reinhauen wie verrückt.Ist der denn verrückt, der Unternehmer? Ja, denn er geht von seinem Betriebsmodus aus. Und kann sich nicht hineinfühlen in den Betriebsmodus des gemeinen Angestellten. Gemein wird es im Betriebsmodus des Angestellten, wenn dahinter eigentlich ein Macher-Modus arbeitet. Nur der Knopf scheint vertauscht. Bei diesen Menschen landet alles auf dem Tisch. Sie schmeißen den Laden. Wer einen vertauschten Betriebsmodus in seinen eigenen Reihen hat, der darf sich glücklich schätzen. Denn alle Produktivität geht von diesen wenigen Menschen aus, die zwar alle Tassen im Kopf haben, aber den verkehrten Knopf.Nur zu schade, dass diese Menschen über kurz oder lang den Knopf austauschen und sich selbständig machen. Tja, Pech gehabt. Somit ist die Kunst des Angestellten, seine Arbeit so eloquent zu vollstrecken, dass man ihn als bemüht empfindet. Dabei steckt nichts dahinter. Diese Überlebenstaktik ist in einem Familienunternehmen oder in einem inhabergeführten Unternehmen brutal gefährlich. Denn Leute im Macher-Modus, bemerken den Bremsklotz am Bein eher schneller als später.Unterhaltsam wird es, wenn die Führungsspitzen auch nur Interessenvertreter sind, also auch nur Angestellte in der eigene Sache. Dann läuft alles wie geschmiert, denn alle sind unter ihres Gleichen, außer, ja, außer die Investoren, die Aktionäre und ähnliches. Die sind der Situation ausgeliefert.
Der Betriebsmodus sagt eben viel über die Eigenschaften und die Beschaffenheit aus. Somit ist auch nicht verwunderlich, welche Betriebssysteme miteinander können und welche nicht. Also, jemand wie ich, wenn der mal aus Versehen in so einen Ortsverband gerät von so einer Partei, dann hat er nach 7 Minuten Herzrhythmusstörungen, nach 20 Minuten einen Herpes an der Unterlippe und kurze Zeit später Wahrnehmungsstörungen, die zu Schweißausbrüchen und Angstattacken führen. Und dann verlässt er panikartig den Raum und ward nie mehr gesehen. Der Angestellte hat für ein solches Umfeld das perfekte Betriebssystem. Er setzt sich erst mal hin und guckt sich seine Freunde und seine Feinde in Ruhe aus. Dann macht er sich beliebt, in dem er erstmal eine Runde schmeißt. Zudem stellt er klar, dass er keinerlei Ambitionen auf Ämter hat. Somit schließen ihn alle schon mal gelassen in ihr Herz. Der zahlt nur und trinkt ordentlich mit. Perfekt. Ich mache jetzt mal einen kleinen Zeitsprung. Fünf Jahre später überredet man ihn doch mal, das Protokoll zu schreiben. Vier weitere Jahre später wird er Kassenwart. Und kurze Zeit später, so 12 Jahre später, kommt er dann doch auf die Liste. Und so weiter. Somit erklärt sich auch, warum in bestimmten Parteien die Abgeordneten so alt sind. Dem Macher würde in so einem Betriebsystem dasselbe schnell abstürzen und man könnte es auch nicht mehr hochfahren. Somit ist es nur logisch, welche Menschen zusammenfinden und welche nicht. Und mit welchem Betriebssystem diese durchs Leben fahren. Und warum die Dinge so sind wie sie sind. Ein befreundeter Arzt ist Chirurg. Auch so ein Idiot und armes Schwein im Macher-Modus, der auf meine Frage „Hast Du auch gestreikt?“ lapidar antwortete: „Zu so was habe ich keine Zeit, ich muss operieren, und kann mich nicht mit dem Schild auf eine Straße stellen, wenn im gleichen Zeitraum meine Patienten vor dem Op warten und krepieren müssen.“ Verstanden. Für einen Teil der Gesellschaft ist das ein Traum, dass es Menschen gibt, die einfach nicht anders können als machen. Wenn ich das Büro betrete und da geht eine Lampe an der Decke nicht, dann hole ich sofort eine Leiter und eine Birne und schraube die neue Birne rein. Und stelle die Leiter zurück und werfe die alte Glühbirne weg. Wenn ich fertig bin, kommt in der Regel jemand vorbei, der bemerkt: Ach, war die kaputt? Ist mir gar nicht aufgefallen. Die Umstellung des Betriebsmodus ist, glaube ich, nicht möglich. Sondern es kann nur unter bestimmten Umständen sein, dass man den falschen Knopf erwischt hat. Ganz arm dran sind diejenigen, denen das ihr ganzes Leben lang nicht klar wird, Macher im Angestellten-Modus oder Angestellte im Macher-Modus. Wahnsinn, allein bei der Vorstellung bekomme ich Atemnot.Ich möchte das hier nicht falsch verstanden wissen. Das soll keine Schelte sein gegen Angestellte sondern nur eine vereinfachte Beschreibung der unterschiedlichen Betriebssysteme. Obwohl ich glaube 3,6 Millionen Mittelständler über 80% der Arbeitsplätze bereitstellen und noch ein wenig mehr zum Bruttosozialprodukt beitragen. Die sitzen nicht in Talkshows, denn die haben für so einen Quatsch und Gequatsche keine Zeit. Die drängen sich auch nicht in die Wirtschaftsmagazine, denn das scheint nur Zeitverschwendung. Aber rufen Sie mal so einen angestellten Vorstand an und behaupten, sie seien von der Wirtschaftswoche, da bekommen sie sofort einen Termin und ein dreistündiges Gespräch. Bei einem Mittelständler muss man schon Glück haben, wenn er die Wirtschaftswoche kennt. Und wenn, dann hat er sicher keine Zeit. Fragen Sie doch lieber einen anderen.Der Macher fühlt sich wohl und geht auf im entstehen lassen. Nicht im verwalten oder im begleiten oder im analysieren. Wie wäre es wohl um uns bestellt, wenn nur ausgewiesene Macher Führungsämter bekleiden dürften. Oh mein Gott. Daran möchte ich lieber nicht denken. Zum guten Schluss möchte ich noch mal eine Lanze für die vielen guten Angestellten brechen, welche das so sehen und so empfinden wie ich und die jeden Tag da reingehen und jeden Tag versuchen, dieses Betriebssystem von innen heraus zu beschleunigen und zu verbessern. Wenn es diese unermüdlichen Weltverbesserer nicht gäbe, dann wäre ich längst militant geworden.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:52

Freitag, 23. Januar 2009

Anleitung zur Onleitung

Wie soll ich es sagen? Liebe Marken und/oder Unternehmen da draußen, die Dinge ändern sich. Sehr. Und schnell. Druckt ihr noch oder sendet ihr schon? Die absehbare Zukunft stellt nur noch ein Medium zur Verfügung. Das Internet. Auf Sicht wird alles andere entweder zu teuer, an der Zielgruppe vorbei oder verfehlt komplett seine Wirkung. Natürlich habe ich großes Verständnis, dass ihr an allen diesen lieb gewonnenen und gewohnten Dingen so lange festhalten wollt, wie es nur geht. Aber die Zeit nimmt keine Rücksicht. Und der Zug steht schon lange nicht mehr im Bahnhof, sondern ist längst auf und davon. Ich bin schockiert, wie viele Unternehmen an der sich verändernden Wirklichkeit vorbei unternehmen. Man weiß gar nicht, wo man anfangen soll. Es gäbe so viel zu erzählen, zu vermitteln, zu erklären. Wo soll man nur anfangen? Oder soll man die Zeit ihr Werk tun lassen. Man muss sich schon entscheiden. Wer ist noch zu retten und wer ist ein hoffnungsloser Fall. Als der Buchdruck erfunden wurde, hat sich viel verändert. Als die Dampfmaschine erfunden wurde, hat sich noch mehr verändert. Und mit dem Internet wird sich noch mehr verändern. Rückblickend wird es auf eine Ebene mit der Erfindung des Rades gestellt. Das digitale Rad sozusagen. Mir ist das völlig egal, ob jemand das glaubt oder nicht. Es wird einfach passieren. Denn es passiert schon. Mit dem Internet wird sich vieles verändern und nicht nur das, auch erneuern. Und ganz neue Aspekte werden sich dazu gesellen. Ich behaupte, dass jetzt schon über mehr Internetunternehmen, Firmen und Ideen gesprochen und nachgedacht wird, als über alle, die uns auf ihre Weise dort hin gebracht haben. Wenn man an die Spitze der Börsen schaut, an die Sitze der Marken, an alle Spitzen, die für Wirtschaft relevant sind, dann erkennt man das Internet. Und diese Entwicklung steht am Anfang. Wie sieht die Welt aus, wenn wir 50 Jahre Internet feiern? Manchmal frage ich mich, wenn diesen Unternehmen schon die wichtige Vorstellungskraft dafür fehlt, warum vertrauen sie sich denn nicht jemanden an, der Ahnung davon hat. Unsicherheit! Es scheint da eine große Lücke zu geben, die kein Vertrauen zulässt. Man traut sich nicht, weil man es nicht versteht. Nun gut. Die Zeit wird es zeigen. Deutlich.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 08:44

Donnerstag, 22. Januar 2009

Ich hatte da eine Vision

Muss ich jetzt zum Arzt? Ich bin mir nicht sicher. Manchmal mache ich in Gedanken einen Ausflug in die Zukunft. Das ist so realistisch, dass ich mich in der Zukunft umsehe und mir anschaue, wie die Dinge sich verändert haben. Dabei male ich mir die Zukunft aus und ich bin erstaunt, was alles so passiert in der Zukunft.Diese Art der Reise macht mir sehr viel Spaß. Aber ich kann diese mit niemanden teilen. Wenn ich anfange, davon zu erzählen, wie ich mir die Zukunft vorstelle, steigen schnell alle aus. Was zum Teil daran liegt, dass sie die Gegenwart zu einem großen Teil noch nicht begriffen haben und dass ihnen einfach die Vorstellungskraft fehlt. Somit habe ich es aufgegeben und mache das nur noch alleine. Gibt es einen Club oder einen Verein, in dem Menschen mit derselben Lust in die Zukunft zu blicken sich versammeln? Denn eigentlich würde ich mich gerne mit anderen darüber austauschen, welche Bilder diese von der Zukunft haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 11:50

Mittwoch, 21. Januar 2009

peter von felbert auf photography now

Geschrieben von Peter von Felbert in Fotografie, Bilder, Grafiken um 22:49

Schönheit aus Männersicht

Hier liegt ein großes Problem begraben. Männer gestalten Schönheit an Stellen, wo man besser Frauen gefragt oder rangelassen hätte. Autos sähen sicher anders aus, wenn das Ziel wäre, dass diese primär Frauen gefallen sollten. Siehe den iPod. Dabei ist das unlogisch. Denn Männer besitzen gerne, was Frauen gefällt. Somit besitzen Männer Dinge, von denen sie nur glauben, dass diese Frauen gefallen. Frau gefallen diese aber gar nicht. Aber Männern scheint der Glaube zu genügen. Ist das nicht schön? Somit entscheiden sich Frauen für das geringere Übel. Nicht für die Schönheit. Warum sind Autos bis auf ganz wenige Ausnahmen nicht wirklich schön. Zum verlieben schön? Oder andere Produkte. Weil Männer entscheiden, was schön ist. Absurd. Und falsch, wie man an allen Ecken und Enden sieht. Alles sollte primär Frauen gefallen. Denn Frauen legen Wert auf Schönheit. Männer nicht so sehr. Wenn unter der Haube 8 Zylinder brodeln und unter dem Gasfuß 300 PS darauf warten, in den Asphalt gedrückt zu werden, dann ist vieles schön. Sehr schön sogar.Also mir ist aufgefallen, dass es nur ganz weniges gibt, das wirklich schön ist und zudem seinen Zweck erfüllt. Wir lassen uns von allem möglichen blenden und beeindrucken, aber übersehen dabei, dass wirkliche Schönheit viel erstrebenswerter ist. Wenn ich durch Küchenstudios oder Möbelhäuser oder was auch immer gehe, fällt mir auf, dass fast alles nicht wirklich schön ist. Nur ganz, ganz wenig erfreut mich durch Schönheit, die etwas in mir auslöst. Bei allen Debatten um Preis und alle möglichen Angebotsformen, Schönheit hat das nie nötig. Denn wirkliche Schönheit ist immer begehrenswert und zum Glück wertvoll. Aber Schönheit ist für die Macher eben nicht erstrebenswert. Darum sehen die Dinge so aus, wie sie aussehen. Versucht es doch einfach mal in schön, erst in schön, in wirklich schön und fragt Frauen. Denn wie gesagt, es geht um das andere schön, als jenes, was Männer meinen, wenn sie von schön reden.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 15:07

Was zählt und wer zahlt?

Eigentlich wollte ich mich aus politischen Themen raushalten. Aber eigentlich ist es kein politisches Thema. Das merkt man an dem, was die Politik einem da präsentiert. Eins vorneweg - die leben auf einem anderen Planeten als ich, auch diejenigen, welche beratend tätig sind. Nehmen wir mal die Verschrottungs-Prämie von 2.500 Euro für ein Auto, das älter ist als acht Jahre. Nebenbei bemerkt, zahlen viele Hersteller bis zu 6.000 Euro über Schwacke-Liste für einen Gebrauchten, egal wie alt. Somit wird dieser Eingriff ein ganzes Feuerwerk an Angeboten mit sich bringen, denn die Hersteller werden sich jenseits der 2.500 Euro vom Staat nicht bitten lassen, dieses erbärmliche Angebot schlecht aussehen zu lassen.
Zudem gibt es da ein weiteres Problem. Acht Jahre alte Autos fahren und haben TÜV. Warum sollte man Autos verschrotten, die einwandfrei fahren? Womit wir zum nächsten Problem kommen. Wer fährt denn ein acht Jahre altes Auto? Und kann sich mit 2.500 Euro ein Neues leisten? Eine solche Idee ist dermaßen an der Realität vorbei, dass ich glaube, die müssen das wissen. Ich glaube, die zielen auf etwas anderes ab, auf die Emotion. Der Konsument soll glauben, er bekommt viel, auch wenn er nichts bekommt. Das ist so wie einkaufen bei Aldi oder einkaufen bei Tengelmann. Für 80 Euro ist beim Aldi das Auto bis unter das Dach vollgestopft, beim Tengelmann hat man zwei Tütchen auf dem Beifahrersitz. Die wollen gar kein Geld ausgeben, sondern nur so tun als ob. Denn leisten können wir uns das ohnehin nicht. Und so geht es weiter. Das mit dem Erlass der PKW-Steuer beim Kauf eines Neuwagens ist auch so ein Ding. Kein Mensch kauft wegen 150 Euro im Jahr ein Auto für 30.000 Euro. Wenn man schon bis zu 30% Rabatt vom Hersteller bekommt, bis zu 6.000 Euro für den Alten über Schwacke-Liste und... und... und... und die Leute kaufen noch immer keine Autos, dann scheint das andere Gründe zu haben und man müsste an anderen Rädern drehen. Nicht nur an denen, die offensichtlich locker sind. Wie kommen sich denn da die ganzen Marketingabteilungen vor, wenn der Staat mal zeigen will, wie das geht mit dem Auto verkaufen. Die denken seit Jahren über nichts anderes nach - was man alles machen kann, um Menschen dazu zu bewegen, Autos zu kaufen. Und denen ist auch nichts eingefallen. Wie kommen sich die ganzen Werbeagenturen vor, die tausende Konzepte in die Wirklichkeit umgesetzt haben, damit jemand Autos verkauft. Mit dem gleichen ausbleibenden Erfolg wie die Hersteller selbst.Ich glaube, die Leute würde keinen 100 Euro Schein für 50 Euro kaufen, wenn es ihn gäbe. Kaufen hat viel mit Lust zu tun, mit Emotionen. Das mit dem Geld wird brutal überbewertet. Es liegt nicht am Geld, sondern daran, dass kollektiv dem

Konsumenten gerade die Kauflust versaut wird. Und obendrein fühlt sich der Konsument auch noch verarscht. Und gegängelt. Nun kauf doch endlich, du Konsumvieh. Nun wähl mich endlich, du Wahlvieh.
Deshalb darf sich nicht wundern, wer mit seinen Bürgern umgeht wie mit dummen Kühen. Die Frage, die sich nur stellt, ist, wann kommen die dahinter? Kommen die überhaupt dahinter? Oder wer sagt es ihnen?Konsum ist ein Verhalten, das zur Befriedigung von persönlichen emotionalen Bedürfnissen dient. Wer konsumiert, macht das aus Lust und um sich selbst Anerkennung zuteil werden zu lassen. Es ist nicht rational, sondern emotional. Somit sollten die Krisenbewäligungs-Verantwortlichen mal in Ideen denken, die emotionale Wirkung entfalten.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 01:04

Dienstag, 20. Januar 2009

I know you can

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 15:17

Alle

Von allen, für alle. Alle erwarten etwas. Ich erwarte für alle und alles etwas. Zu viel Erwartungshaltung erzeugt Erwartungsdruck, der dann zuerst zu einer physischen und psychischen Belastung führt und letztendlich in eine Überbelastung von Körper und Geist. Ich bin kein „Alle“-Mensch. Nein ganz und gar nicht. Ich bin ein „Ich“-Mensch. Aber ich kenne viele „Alle“-Menschen. Die tagein tagaus und sogar Nachts versuchen, allen und allem gerecht zu werden. Und obwohl sie wissen, dass sie selbst dabei komplett auf der Strecke bleiben, können sie nicht anders. Der Druck steigt. Die unerfüllten Listen werden länger und länger. Die persönliche Enttäuschung steigt und steigt. Was für ein Leben? Schmerzhaft. Der ständige Versuch allen und allem gerecht zu werden und sich dabei selbst völlig zu vernachlässigen. Nur auf die Zustimmung und Anerkennung der Anderen zu hoffen. Oftmals geraten solche Menschen in eine grausame Abhängigkeit. Von Menschen, die längst rausbekommen haben, was man bei anderen Menschen mit dem Auslösen eines schlechten Gewissens alles bewirken kann, vor allem für sich selbst, den eigenen Vorteil. Diese „Alle“-Menschen müsste man eigentlich unter einen besonderen Schutz stellen, denn sie sind prädestiniert dafür, ein Leben lang ausgenutzt zu werden. Und ein Leben lang mit dem Gefühl zu leben, nicht gut genug zu sein. Brutal.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:46

Montag, 19. Januar 2009

Ich bin eben so

Wie oft habe ich diesen Satz gehört und selbst gesagt. Kommen die Vorwürfe einem zu nah, bleibt einem noch die letzte Patrone im Revolver der Selbstverteidigung: Tut mir leid, ich bin halt so. Und?! Das Schöne ist, dass man mit diesem Argumentationsgeschoss wieder die Ruhe herstellt, aber das eigentliche Problem nur aufschiebt, nicht aufhebt. Das bemerkt man in der Regel nur kurze Zeit später. Schlauer scheint es, genauer hinzuhören, was da gemeint ist. Und ob es etwas ist, an dem es sich wirklich lohnt fest zu halten. Denn in der Regel geht es bei solchen Begegnungen um Toleranz. Und es scheint schlau zu sein, Toleranz walten zu lassen. Nicht nur zu sagen, ich bin halt so. Sondern die Bereitschaft zu signalisieren, einer Veränderung aufgeschlossen gegenüber zu stehen. Denn dieses „Ich bin halt so“ zeugt nicht von einer großen Toleranz. Muss auch nicht, kann aber.Denn es geht ja schließlich um ein Miteinander und kein Nebeneinander. Und letztendlich geht es um gemeinsam oder einsam. Deshalb plädiere ich für Veränderung, wenn es einen selbst nicht zu sehr stört, auf den Wecker geht oder komplett gegen den Strich geht. Was soll es, wenn es der Gemeinschaft und des Miteinanders dient, dann ist es das wert.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 09:11

Samstag, 17. Januar 2009

Sensation! Einzigartige Fluggeräteluftaufnahme aus meiner Serie der weltberühmten Luftaufnahmen

Heute mal vom Neusee, Starnberger See. Samstag der 17. Januar 2009, 15.55 Uhr. Da flog er dahin. Wohin? Woher?

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 16:16

Schicksalsjahre des Machers

Lieber eine gute Umsetzung jetzt, als eine perfekte irgendwann. Warum einige so viel schaffen und viele nie fertig werden. Dass Menschen unterschiedlich sind, ist auch mir bekannt. Aber ich bekomme wirklich eine Krise, wenn etwas nicht voran geht. Und da ich mich häufig in solchen Situationen wiederfinde, habe ich mir Gedanken darüber gemacht, was die da so machen.Dabei fiel mir auf, dass man grundsätzlich zwei signifikante Unterschiede ausmachen kann. Die einen bedenken, denken, befürchten, überlegen, problematisieren, organisieren, planen viel zu viel und kommen dabei nicht mehr zum Eigentlichen. Die Anderen machen und schaffen deshalb viel mehr und das auch noch viel schneller. Die Psyche spielt somit den Menschen einen Streich. Und zwar so gewaltig, dass viele nichts machen. Denn was könnte alles passieren und was wird dabei wohl raus kommen.Die anderen Menschen haben diese Angst nicht sondern sind eher beseelt von dem Gefühl, dass es schnell und gut fertig wird. Wo andere Nächte lang wach liegen und sich mögliche und meist unmögliche Gedanken machen, schläft der Macher in aller Ruhe. Wacht auf und macht. Mich machen diese ständig negativen Begleiterscheinungen und Nebenwirkungen des Nicht-Machens ganz nervös. Grausam wird es, wenn jemand seine Handlungsunfähigkeit auch noch als Perfektionismus lobt. Menschen, die mit nichts und nie fertig werden, weil es nicht perfekt ist. Das ist der Moment, in dem ich mich zur Ruhe zwingen muss. Vor allem was diese Menschen alles überlegen, anstatt einfach anzufangen. Wahnsinn. Und dann wird man in seiner produktiven Phase auch noch als leichtsinnig beschimpft. So kann das nicht gehen. So wird das nichts. Komischerweise muss sich nur der Macher ständig verantworten. Wer nichts macht, hat das Problem schon mal nicht. Es ist ja nicht so, als ob der Macher alles unüberlegt macht. Nein, er durchdenkt das zu machende in Windeseile. Bereitet alles so gut vor, wie es geht - und dann wird es eben einfach gemacht. Der Macher muss mit den kritischen Blicken leben lernen. Auch, dass, wie bei einem Sommerregen, ständig Einwände auf ihn einprasseln. Es ist nicht einfach in einer Welt der Bedenkenträger seine Motivation aufrecht zu halten. Und immer wieder weiter zu machen. Haben die sich alle mal gefragt, wer motiviert eigentlich den Macher? Keiner. Das muss er schon für sich selbst erledigen. Alle, die nichts machen, wollen ständig von allen Seiten motiviert werden. Um sich in die Stimmung katapultieren zu lassen, eventuell doch mal was zu machen. Mit dem immer selben Ergebnis, es dann doch nicht gemacht zu haben. Gründe, etwas nicht zu machen, gibt es unglaublich viele. Der Grund, etwas zu machen, ist eigentlich nur einer: Ich mach das. Wer soll es denn sonst machen?Deshalb lieben auch so viele den Umstand, alles immer wieder auf dieselbe Art und Weise zu machen. Die Gewohnheits- und Einheitsmacher. Oder nichts zu machen, scheint auch oft viel besser, denn dann kann man nichts falsch machen. Es ist schon eine komische Welt, in der sich immer die Falschen verantworten müssen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 12:48

Freitag, 16. Januar 2009

Ich nicht, Ihr könnt mich mal....

Ich weiß, es ist nicht einfach in Zeiten wie diesen. Wenn alles Positive von so viel Negativem überlagert wird. Wenn alles Positive plattgebügelt wird. Wenn Positives als naiv dargestellt wird, als Realitätsverlust. Also ich denk dabei an Binigni, als er den Oscar bekam: ACHTUNG HIER KLICKEN FÜR EIN POSITIVES EREIGNIS! Ich habe mir im Laufe der Jahre einen einfachen Grundsatz angeeignet. Man kann so lange davon ausgehen, dass alles gut aus geht, oder sogar noch besser wird, bis einen tatsächlich und wirklich das Gegenteil ereilt. Warum sich die Zeit vermiesen, in der noch nichts passiert ist? Das ist ja doppelt übel. Somit glaube ich fest daran, dass da ein fantastischer Frühling kommt und ein großartiger Sommer. Davon gehe ich solange aus, bis der Zeitpunkt kommt, neu zu bewerten. Bis dahin wird alles überwältigend. Der Vorteil liegt auf der Hand, bis dahin begleiten mich nur schöne und positive Gedanken. Wenn es dann so kommt, umso besser. Kommt es anders, habe ich gedanklich schon mal eine sehr gute Zeit gehabt und dann mache ich aus dem, was kommt, sicher wieder das Beste. Es scheint die Wesensart des Optimisten zu sein, denn wie die Pessimisten mit dem Thema umgehen, kann man sich an allen Ecken und Enden ansehen. Ich nicht. Auf keinen Fall.
Ich habe da noch so einen Moment: ACHTUNG HIER KLICKEN FÜR EIN WEITERES POSITIVES ERLEBNIS!

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 10:30

Donnerstag, 15. Januar 2009

Die große Ausrede

Nun können sie endlich alle, wie sie wirklich wollen. Denn jetzt gibt es eine Ausrede: die Krise. Mit einem Wort ist alles möglich. Die Krise bedingt ein vorausschauendes und bedachtes Handeln – plötzlich. Plötzlich muss jeder Schritt gut überlegt sein. Und zuvor? Aus welcher Überlegung wurden vorher „Schritte“ getan?An allen Ecken und Enden reiben sich viele die Hände. Denn mit der Krise kann man eine Reihe von Missgeschicken schön verpacken und loswerden. Ja, die Krise. Damit hat ja keiner rechnen können und keiner weiß, wie es weiter geht. Wie lange sie dauert. Und wie einschneidend sie sein wird. Und so reiben sie sich die Hände und werfen alles über Bord, schreiben alles ab, setzen alles vor die Tür, was man vorher angerichtet hat.Und das schönste, der Staat vergoldet so ein Denken und Handeln auch noch. Mit so einer großen Ausrede im Rücken ist alles möglich, da kann man endlich mal schalten und walten, wie lange nicht. Bei der Menge von Brandherden fallen so ein paar selbstgelegte doch nicht weiter auf.Die Krise ist kein rationales Ereignis sondern ein emotionales Verhalten. Es wirkt sich zwar sehr rational aus, aber der Wegbereiter ist rein emotional. Somit kann auch der Weg aus der Krise nur emotional vonstatten gehen. Aber diese Werkzeuge beherrscht von den Unverantwortlichen nun mal keiner. 1.000 Kindergärtnerinnen würden die Krise innerhalb von 6 Monaten besser in den Griff bekommen, als diejenigen, die jetzt am Hebel sind und bleiben wollen und werden.Die Wirtschaft, die Politik und die Medien müssten sich zusammensetzen und einen emotionalen Redaktionsplan der positiven Impulse definieren. Und diesen dann gemeinsam in die Tat umsetzen. Wie man das im Hintergrund bewerkstelligt, muss ja keiner wissen. Wie es sich anfühlt, wie es aussieht und wie es wirkt, ist entscheidend. Die rationalen Impulse verpuffen, denn diese sind wirkungslos, weil keine emotionale Komponente damit verbunden ist. Diese Einfälle können auch nur von den Unverantwortlichen kommen, die eine große Mitverantwortung für diese Misere tragen. Wer nur an Zahlen, Daten und Fakten glaubt, nur an Umsatz, Gewinn und Profit, der kann auch nur mit diesen wirkungslosen Werkzeugen hantieren.Ich möchte da mal ein Beispiel heranziehen. Als alle in Öko, Müsli und ohne Zucker gedacht haben, in ohne Farbstoffe und ohne Glutamate, da ging ein Eishersteller hin und brachte ein fettes dickes Eis auf den Markt mit dem Namen Magnum. Ein großer Erfolg. Wie kann das sein? Rational ist nur schwer bis unzulänglich zu erklären, aber emotional hat da jemand richtig gelegen und es hat funktioniert.Somit sollten sich die Verantwortlichen mal nach anderen neuen, besseren Wegen umsehen. Wenn da nur nicht diese so wirkungsvolle Waffe der großen Ausrede wäre, die alles verhindert und lähmt.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 14:19

Mittwoch, 14. Januar 2009

Ohne Worte

Ein Blog ohne Worte. Einfach so. Wort ohne. Oder nur mit Bildern. Bilder mit. Ist das nicht ein Widerspruch in sich? Ein Tagebuch, ein Logbuch, eine Geschichte ohne Worte. Wie ein Musiker ohne Noten? Ein note Blog ohne note? Nicht einmal mit „blue“? Ganz ohne Not. Also im Alltagsgeschäft würde ich mir mitunter wünschen, mein Gesprächspartner hätte weniger Worte. Würde mich einfach mal anschweigen. Zuhören sogar? Oder abends, wenn man nach einem Tag voller Worte ermattet nach Hause kommt und die liebste aller Lebensabschnittspartnerinnen einen mit den warmen Worten empfängt: Wir müssen reden! Müssen wir das? Oder müssten wir nicht viel mehr schweigen? In höchster Gefahr oder wenn einem etwas wirklich Unangenehmes zustößt, wird zuallererst der Mund trocken. So trocken als hätte man einen trockenen Papierkloß im Mund bis hinunter zum Hals. Reden ist das letzte, was einem jetzt einfallen würde. Oder unsere Paragraphen. Wenn es stimmt, was Statistiker errechen, sind über 50% aller weltweit verfassten Paragraphen auf Deutsch erschienen. Die amerikanische Unabhängigkeitserklärung passt auf ein, zwei Seiten. Die zehn Gebote sagten auf zwei Steintafeln, was gut oder schlecht sein soll. Was gibt es auch noch anzufügen dem „Du sollst nicht töten.“? Außer du bist Jurist, Beamter, Politiker oder Deutscher, wie es scheint. Bei uns sind offensichtlich zu viele alles auf einmal davon. Wenn wir mehr zuhörten als reden, mehr dächten als sagen und mehr handelten als planen, in welcher tollen, altruistischen und erstrebenswerten Welt lebten wir dann? Dieser Gedanke scheint mir unsagbar, also nicht mit Worten auszudrücken. Damit sind das jetzt 266 Wörter, einschließlich dieser. Und ich verbleibe wieder lieber ohne Worte.

Geschrieben von Kai Falkenberg in blue notes um 07:37

Montag, 12. Januar 2009

oslo / bergen

Fotos: Daniel Reiter

Geschrieben von Daniel Reiter in Berge um 14:37

Freitag, 9. Januar 2009

Ohne Worte 1

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 00:13

Donnerstag, 8. Januar 2009

Ohne Worte 2

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 23:57

Ohne Worte 3

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 23:49

Dienstag, 6. Januar 2009

Mein kleiner Beitrag zur möglichen historischen Krise mit biblischen Ausmaß

was passiert eigentlich wenn die Konsumgesellschaft an ihrem eigenen unglaublichen Überfluss...

...guten Appetit. Und ich wünsche allen ein schönes Jahr und das uns der Überfluss nicht ausgeht. Da passt doch noch was rein - oder?Und zur Erholung habe ich diesen feinen Link noch für Euch: Always look on the...

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:56

Blickrichtung

Wohin soll man sehen? Nach vorne? Zurück? Was machen die Anderen. Auf sich selbst. Die richtige Blickrichtung zu finden, ist gar nicht so einfach. Offensichtlich scheint der Blick auf die Anderen nicht sehr ergiebig. Der Blick auf einen selbst umso ergiebiger.Kluge Köpfe sprechen über Ideen, mittelmäßige über Vorgänge und schwache über andere Leute. Sagt ein amerikanisches Sprichwort.Das sagt auch etwas über die Blickrichtung aus. Die wohl am meisten verbreitete ist die, die auf andere gerichtet ist. Diese wird begleitet durch Vergleichen, Bewerten und Ordnen. Somit findet sich hier die Initialzündung für Neid und Missgunst, für Habgier und das „sich bereichern“. Viele Menschen, die mir im Laufe des Lebens über den Weg gelaufen sind, sind sogenannte „cherry pickers“. Bei uns besser bekannt als die, die sich die Rosinen heraus picken. Alles muss einem nachvollziehbaren persönlichen Nutzen folgen, vor allem Menschen. Somit bewegen sich diese Menschen ausschließlich in gewinnbringenden Zweckgemeinschaften. Ein weiser Mann sagte mal: Den Charakter eines Menschen erkennt man vor allem daran, wie er mit Menschen umgeht, die ganz und gar nichts für ihn tun können. Auch das sagt etwas über die Blickrichtung aus. Denn der Blick des Nutzens ist ein völlig anderer als der Blick der Leidenschaft. Somit ist blicken nicht gleich blicken. Der Anspruch und das Ziel sind völlig unterschiedlich. Obwohl die Handlung dieselbe ist. Was nutzt der mir? Was habe ich davon? Wovon profitiere ich? Aus allem und allen einen persönlichen Vorteil ziehen wollen, ist eine besondere und weit verbreitete Art der Blickrichtung. Eine sehr unmenschliche und unpersönliche, aber für denjenigen selbst eine gewohnte Blickrichtung. Die Frage, die sich mir dann stellt, lautet: Fragen sich diese Menschen, welchen „Nutzen“ denn die Zweckgemeinschaften von einem selbst erwarten? Ich glaube nicht! Die schwarze Brille des Egomanen lässt kein Licht der Erkenntnis durch die Gläser. Zu sehr ist man auf seinen persönlichen Vorteil erpicht. Klar wird, dass jeder eine eigene, seine Blickrichtung auf das Leben hat. Diese sind sehr unterschiedlich, so unterschiedlich wie die Menschen selbst. Was hat man dem Menschen in Sachen Blickrichtung beigebracht? Die jeweilige Sozialisierung spielt eine wesentliche Rolle in der Anwendung einer Blickrichtung. Die Umwelt leistet einen zusätzlichen Input. Leider ist die schönste Art, das Leben zu betrachten, nicht weit verbreitet. Wie ein ebenfalls berühmter Mensch schon lange vor mir erkannte: "Man sieht nur mit dem Herzen gut. Das Wesentliche ist für die Augen unsichtbar". Aus "Le Petit Prince" von Antoine de Saint-Exupéry, zum ersten Mal vor über 60 Jahren erschienen.Wie wahr, wie wahr.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 16:07

Sonntag, 21. Dezember 2008

st. moritz

Geschrieben von Peter von Felbert um 14:05

Donnerstag, 18. Dezember 2008

Im Urlaub vom 19. Dezember 2008 bis zum 7. Januar. 2009, dann geht es wieder los

Geschrieben von Christof Hintze in Freunde um 17:28

Mittwoch, 17. Dezember 2008

Meine Bank ist krank

Mein Mitleid mit Banken geht eigentlich gegen Null. Ebenso verhält es sich mit meinem Mitleid gegenüber Autoherstellern. Mein Mitleid gilt den vielen Menschen, die für ihre Fehler bezahlen müssen. Denen keiner verzeiht und aus der Misere hilft. Die nicht mehr hoch kommen. Ich empfinde den Eingriff der Politik als absurd, pervers und katastrophal. Und die Bitten der Banken und Autoindustrie empfinde ich nicht anders. Zudem, was denken und machen die anderen Industrien, wenn man der Autoindustrie Geld gibt. Die Schlange wird lang und teuer – es ist das Ende der freien Marktwirtschaft. Wir kehren zurück zu etwas, was wir mit aller Macht los werden wollten. Deregulierung war der Ansatz, der gescheitert scheint. Nun ist wieder Regulierung angesagt. Da wird alles über einen Kamm geschert. Was ist mit den vielen Konzernen, die sich nicht verzockt haben, die eine solide mutige und erfolgreiche Arbeit geleistet haben. Was ist mit denen? Die sind ja gleich dreifach verarscht. Erst nimmt sie keiner wahr, weil sie nicht risikoreich und sexy genug sind. Dann geben Ihnen die Banken keine Unterstützung, weil die kein Geld haben und das, was sie bekommen, gerade für sich brauchen. Und so gehen diese Unternehmen wieder leer aus. Was denken diese Vorstände, die bei Einladungen immer an den hinteren Tischen sitzen mussten, mit denen niemand das Gespräch suchte. Gott wie langweilig. Was machen Sie? Hm, ich hole mir mal ein Getränk.Vielleicht leben wir ja nicht alle in derselben Gesellschaft. Es scheint offensichtlich zwei zu geben. Ich bin ein ganz kleines Licht. Ich war nie Gewinner und nie Verlierer bei diesen Wellenbewegungen. Aber ich bin ein ganz guter Beobachter und ich beobachte, dass wir alle schon lange eine doppelte Staatsbürgerschaft haben. Der Grad der Ungerechtigkeit, der da zutage tritt, ist so groß, dass Herr Messner da einen unglaublichen Berg übersehen hat, der alle 8.000er mickrig aussehen lässt. Jeder Bäcker muss sich der Realität stellen. Das ist im Grundgesetz so verankert. Und nun das. Gibt es da noch ein zweites Grundgesetz? Habe ich da was übersehen? Was soll schlimm daran sein, dass die Automobilbranche den Bach herunter geht? Wovor haben die Angst? Was befürchten die? Oder die Banken. Eine neue Bank zu gründen, kostet nur einen Bruchteil als die alten zu sanieren. Und das Geld wäre da und nicht weg. Wenn da eine neue Automarke entsteht, die dann Autos baut, welche von den Käufern angenommen werden, wäre das denn so schlimm? Da wird gutes Geld in schlechtes Geschäft gesteckt. Das kann sich eigentlich niemand leisten. Nur die. Sie wissen schon, die anderen in unserer Gesellschaft mit dem anderen Grundgesetz. Alles, was ich da höre und lese und was da vorgeschlagen und gemacht wird, macht mich fassungslos. Und ein gutes Stück weit wütend. Konsumgutscheine? Haben die einen Knall? Um den Konsumrausch, die Konsumsucht zu entfachen. Das sinn- und ziellose Konsumieren anheizen. Das ist ja so, als ob der Drogenhandel in Schieflage gerät, weil die Konsumenten sich von der Sucht sukzessive entfernen. Und denen fällt nichts besseres ein, als zu sagen: Buy 3 get 1 free. Ich bin empört über so eine Sicht der Dinge.Wie wäre es denn mal mit Relevanz. Mit Märkten, Branchen, Produkten und Dienstleistungen, in welche Menschen gerne investieren, weil diese keine Konsumsucht weiter anheizen, sondern weil sie Primärbedürfnisse spürbar befriedigen? Wie wäre es denn, wenn die Politik, die Industrie ihrem Denken mal eine andere Richtung verleiht, in etwas wie „Wollen“. Wer braucht Banken? ich brauche ein elektronisches Zahlungsmittel – das war es. Aber ich brauche keine Bank. Meine Bank braucht mich und mein Geld, aber ich brauche keine Bank. Dann dereguliert doch mal die Banken. Warum kann nicht jeder Mensch einfach ein elektronisches Konto – ohne Bank dahinter – haben. Mehr brauche ich nicht, nur die Möglichkeit, Geld von A nach B zu transferieren oder aus einem Automaten rauszuholen. Ich denke, die Zeiten der Banken haben sich überlebt. Soll die Bundesregierung doch hingehen und ein Zahlungssystem für seine Bürger erstellen. Jeder Bürger hat da sein Konto. Ohne Zinsen, ohne Kredite, ohne Dispo, ohne alles. Aber er kann am System teilnehmen, weil es sein Grundrecht ist. Und dann. Wenn er dann gierig wird, dann kann er mit seinem Geld zu einer Bank gehen, und wenn er habgierig ist zu einem Investment Banker. Das ist dann sein Ding und sein Risiko.Tut mir echt leid. Ich sehe das eher biblisch. Auge um Auge, Zahn um Zahn. Wer im Markt untergeht, der geht eben unter. Über die Spielregeln kann man gerne reden, die kann man auch festlegen. Aber wen betrifft das denn? Ist denn jetzt jeder Vorstand ein „Betrüger“ oder ein „Weichei“. Also mich verwirrt das alles sehr. Allein die Zahlen, die da täglich genannt werden, wer da alles Ansprüche geltend macht. Mal ehrlich – wir helfen den Banken und der Autoindustrie und... und... und. Mit Milliarden. Merkt da noch einer was? Das kann doch nicht sein. Das klingt ja fast wie bei der versteckten Kamera oder wie so ein völlig absurder Traum, aus dem man kopfschüttelnd aufwacht. Ich denke nur immer an das schöne schwer verdiente Geld, dass man jetzt an die Fersen dieser Leichtfüße heftet. Was glauben die denn, wohin die damit laufen? Und ich denke an die Millionen von Menschen und mittelständischen Unternehmen die zehnmal am Tag Lösungen schaffen müssen, Entscheidungen treffen müssen und richtig agieren und reagieren müssen, damit sie gut schlafen können. Und mit diesem guten Gefühl durch die Firma und das Leben gehen können: Ich habe mein Bestes getan – hoffentlich reicht das aus. Kneift mich mal jemand.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:40

Dienstag, 16. Dezember 2008

Der Ochsenkarren

Alles erneuert und verändert sich. Man muss bereit sein, Altes loszulassen, um die Hände frei für Neues zu haben. Eigentlich kann man alles auf den Umstand reduzieren, dass es ein Handwerk ist. Somit ist es wichtig, dass man das beste Werkzeug zur Verfügung hat. Und dass man mit dem Material, das man bearbeitet, weit aus mehr verbunden ist, als nur materiell. Als Schreiner den Geruch von Holz oder das Gefühl, eine frisch behobelte Oberfläche zu streicheln, nicht zu mögen, ist ganz schlecht. Und dann muss man Menschen um sich haben, die einen geradezu beflügeln, sich für diese der Sache voll und ganz zu widmen. Und das Ergebnis muss einen innerlich so befriedigen, dass man es nur ungern hergibt und lieber für sich behalten würde. Jemand der so tickt, der wird immer vorne sein. Wer diese Portion Leidenschaft mit sich bringt, der kann die nächste Entwicklungsstufe seines Handwerkzeugs gar nicht erwarten. Der ist immer vorne, weil er es mit dem Besten und den Besten zu tun hat. Das motiviert ihn immer, etwas Besonderes zu erzielen, weil ihn langweilt, nur Erwartungshaltungen zu erfüllen. Wer das alles nicht fühlt und mit einbringt, der wird immer auf einem Standpunkt beharren, der längst vergangen ist. Der wird immer mit altem Werkzeug herummachen, weil er den Sinn, in Neues zu investieren, nicht nachvollziehen kann. Und er wird Menschen um sich haben, die sich ebenso tagein tagaus beklagen, und auch immer einen Schuldigen dafür ausfindig gemacht haben. Auf einem Ochsenkarren auf die Erfolgsspur kommen zu wollen, ist einfach absurd. Das muss man den Menschen doch mal sagen. Das Problem liegt doch nicht wirklich bei den Banken, sondern in der Habgier von Menschen, die ohne Leistung aus Geld viel mehr Geld machen wollten. Eine leistungslose und leidenschaftslose Gesellschaft und Wirtschaft führt zu dem, was wir nun vor uns haben – einem Karren im Dreck.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:31

Montag, 15. Dezember 2008

Jedes verdammte Jahr dasselbe Spiel...viel Spaß!

Hinweis: Genau genommen 2 x klicken. Lautsprecher an. Aber nicht zu laut

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:51

Samstag, 13. Dezember 2008

Neu! Das note blogbook two ist da.

Mit 9 Monaten Verspätung kommt nun doch noch das note blogbook two auf die Welt. Es war eine schwere Geburt. Eigentlich sollte es im März diesen Jahres erscheinen. Aber es kam immer was dazwischen. Das 227 Seiten umfassende Taschenbuch bündelt wie das note blogbook one viele schriftliche Gedanken des Blogs über einen Zeitraum zusammen. Wer es hat, oder bekommt dem wünsche ich viel Spaß, gute Unterhaltung und noch mehr Anregungen.

Das note blogbook three kommt wenn alles glatt läuft im März 2009 raus. Drückt mir die Daumen.

Geschrieben von Christof Hintze in note blog book um 14:29

Freitag, 12. Dezember 2008

Auf C[r]ash-Kurs?!

Es geht auch anders. Das Problem, das sich zunehmend abzeichnet, ist, dass man nicht genug Geld hat, um den eigenen Markt zu versorgen oder im eigenen Markt mitzuspielen. Unternehmen haben nicht genug Kapital, um sich zu behaupten. Auch wenn sie verhältnismäßig viel Geld ausgeben, bleibt der Erfolg auf der Strecke. Vor allem ist das bei Märkten zu beobachten, welche die dritte Phase erreicht haben und nach dem Eroberungsmarkt über den Verdrängungsmarkt nun in den Bereinigungsmarkt eintreten. Das Problem, das sich abzeichnet, ist, dass man im Zeitraum des Eroberungsmarktes Systeme geschaffen hat, die schon im Verdrängungsmarkt kaum zu finanzieren waren und schon dort nur noch schlecht bis gar nicht funktioniert haben. Diese System sind im Bereinigungsmarkt völlig unbrauchbar und überhaupt nicht zu finanzieren. Aber den Verantwortlichen fällt nichts anderes ein, als das System mit immer weniger Geld immer schlechter zu versorgen. Alles vor dem Hintergrund, dass dieses System schon im Verdrängungsmarkt nicht mehr funktioniert hat. Ein Beispiel. Wir nehmen ein Produkt in drei Phasen: das Auto. Ein Auto in den 60er Jahren im Eroberungsmarkt, ein Auto in den 90er Jahren im Verdrängungsmarkt und ein Auto im Jahre 2009 im Bereinigungsmarkt. Nun betrachten wir das Umfeld. Die Werbung. Das Produkt. Den Preis. Die Ausstattung. Die Themen. Den Vertrieb. Die Autohäuser. Den Wettbewerb. Das Medienumfeld. Die Fabriken. Die Stückzahlen. Und alles andere. Aber das wichtigste ist zu erkennen, wie der Aufwand immer weiter erhöht wurde, um immer mehr Autos zu verkaufen. In einem Markt, dessen Ertragskurve zunehmend nach unten zeigen musste und der von immer mehr Herstellern mit immer mehr Produkten überschwemmt wurde. Und fällt etwas auf? Die Kosten, ein Auto zu verkaufen, wurden sukzessive erhöht. Somit musste der Ertrag sinken. Dann hat man den Ertrag subventioniert. Und man hat über das Leasingmodell weitere Produkte mit noch weniger Spanne in den Markt gepumpt. Und merken sie was? Das Wettrüsten schafft Opfer, die einfach pleite gehen. Somit bleiben wenige aber schrecklich unwirtschaftliche Unternehmen übrig. Denn diese Unternehmen haben sich längst nicht mehr am Bedarf des Marktes orientiert, sondern am Bedarf der Banker, Börsen und Investoren. Keine gute Marschrichtung. Was tun? Neu denken. Neu handeln. Anpassen an das Marktumfeld. Anpassen an die Bedürfnisse des Kunden. Raus aus den alten Systemen. Rein in die neuen. Es geht um Verhältnismäßigkeit. Die Parameter müssen zueinander passen. Vielen Unternehmen würde ich es nahe legen, die Zügel in vielen Bereichen wieder selbst in die Hand zu nehmen. Ein Beispiel: warum kann man auch nur einen BMW über ein Portal wie autoscout24 kaufen? Warum stehen Testberichte über einen Mercedes in einer Autozeitschrift? Warum gibt es so viele Autohäuser, wenn man die anstatt aus Steinen aus Bits und Bytes bauen kann? Warum drucken die noch, wenn man das Wichtigste schon senden kann? Warum zahlen Unternehmen so viel für Fernsehwerbung, wenn man bedenkt, dass man dafür einen eigenen Kanal haben könnte? Warum konzentrieren sich alle darauf, über den Preis einen Vorteil zu generieren anstatt über den relevanten Kundennutzen? Warum glauben diese Hersteller, wenn Produkt 1 nicht läuft, dass es Produkt 2 besser macht? Oder dann doch Produkt 3 oder 4 oder 5... Somit weiß ich, dass da eine neue Welle des Marketings auf uns zu kommt, die der Anpassung und zugleich der Individualisierung. Anpassung an den Markt und Individualisierung in der Marke. Die Systeme der Zukunft werden weniger starr sein und schneller veränderbar. Man sieht es doch am Arbeitsmarkt. Zeitverträge. Ja, warum denn nicht. Lieber jemand hat für sechs Monate einen guten Job und er wird dann nicht mehr benötigt, weil man sich der wirtschaftlichen Auftragslage anpasst. Die Zukunft wird noch viel digitaler, als viele glauben. Allein schon, weil es um so viel günstiger, schneller, flexibler und leichter zu handhaben ist. Wie lange schauen diese Unternehmen noch zu, wie andere in ihrem Namen vor allem online noch Geschäfte machen? Warum gibt es kein DSL von Porsche zu jedem Auto dazu? Ein schnelleres versteht sich natürlich!

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:38

Donnerstag, 11. Dezember 2008

Spontan

Was ist heute noch spontan? Wenn man jemanden anruft und sagt, lass uns doch mal spontan treffen, dann bedeutet das innerhalb der nächsten 3 Monate. Das ist doch nicht spontan. Spontan ist jetzt oder innerhalb kürzester Zeit. Spontan spielt sich in einem Zeitraum ab, der eigentlich unmöglich erschien. Heute abend aus heiterem Himmel. Spontanität hat große Vorteile, und kann man nur empfehlen. Denn es bringt eine andere Qualität und Klasse von Erlebnis mit sich. Ohne Vorbereitung. Ohne langwieriges Anbahnen. Spontanität ist eine wichtige Erlebnisqualität, die zunehmend in Vergessenheit gerät und zunehmend erschwert bis unmöglich gemacht wird. Dabei ist Spontanität so wichtig. Nicht so sehr bei den Anderen, sondern in erster Linie bei uns selbst. Denn nur in der Spontanität erleben wir wichtige Aspekte des Lebens. Nur hier gewinnen wir wesentliche wichtige Dinge des Lebens hinzu. Die Spontanität beweist uns, dass ein Plan eigentlich nicht viel wert ist. Sondern das machen. Nicht planlos. Erst die Spontanität beweist uns und führt uns vor Augen, wie wichtig es ist, seinem Gefühl zu folgen. Nicht alles wissen und bedenken zu müssen. Sondern sich regelrecht fallen lassen können. Sich einer Situation ausliefern können. Es einfach machen. Es einfach machen, dass wird uns verlernt, denn alles muss geplant sein. Terminiert werden. Einen Sinn ergeben. Dabei irren so viel mehr Pläne, als man glaubt. Was war mit den unzähligen Plänen der New Economy? Was mit denen der Banken? Ich glaube, dass 80% aller Pläne irren. Aber sie irren genauer. Ihnen fehlt die Spontanität. Diese kommt in gut überdachten Plänen nicht vor. Dabei ist es genau dieser Anteil an Spontanität, der so vieles ermöglicht und möglich macht. Weil man unvoreingenommen ist. Weil man unvorbereitet ist. Weil man sich auf sich und seine Intuition verlassen muss oder darf.Aber der Mensch neigt zur völligen Kontrolle und bemerkt dabei nicht, sie dadurch komplett zu verlieren. Erst die Spontanität führt uns vor Augen, wie unwichtig Kontrolle ist. Oder wie wenig wir wirklich kontrollieren. Die Sucht nach der völligen Kontrolle führt unweigerlich zum Gegenteil. Alles gerät außer Kontrolle, obwohl es gut geplant und wohl überlegt war. Bei alledem hat aber niemand berücksichtigt, was spontan im Laufe eines Plans alles so passiert. Das jeden Plan eigentlich beeinflusst, verändert bis hin zu über den Haufen wirft. Die Politik, die Wirtschaft neigen dazu, Pläne zu schmieden. Welche nie aufgehen und aufgehen können, weil sie die Wirkung der Spontanität außer acht lassen. Somit kann ich nur jeden aufrufen, seiner Spontanität mehr und mehr freien Lauf zu lassen. Der spontane Mensch erlebt und erreicht mehr.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:26

Mittwoch, 10. Dezember 2008

Ist Erfolg planbar?

Ein Freund von mir durfte zu diesem Thema Stellung beziehen am Beispiel des Fußballclubs Hoffenheim. Nicht ohne Grund, denn er ist im Vorstand des Akademischen Fan Clubs von Hoffenheim. Und der Laie überlegt, wenn man also genug Geld hat und einen guten Plan, dann kann man aus der Kreisklasse in die Champions League kommen. So einfach geht das. Es liegt am Plan. Erfolg ist somit planbar. Und der Beweis heißt Hoffenheim. Wenn dem so wäre, was macht denn Schalke die letzten 50 Jahre? Somit bin ich ganz und gar nicht der Meinung, dass Erfolg planbar ist, sondern Erfolg ist machbar. Und das ist ein himmelweiter Unterschied. Denn wenn er planbar wäre, was machen denn die Banken da, die Automobilindustrie. Haben die nicht besten Pläne? Was hat denn da die ganze New Economy geplant in ihren tausenden von Businessplänen? Ich sage nicht, dass es keinen Plan gibt. Aber nichts ist dümmer, als sich an einen Plan zu halten, wenn die Wirklichkeit eine Änderung auf das Tablett ruft. Ein Plan kann nicht funktionieren, wenn die Zeitachse, die er ins Auge fasst, einfach zu lang ist. Somit liegt es weniger am Plan, was uns vor allem die Unternehmensberater eintrichtern wollen. Man bräuchte nur einen guten und teuren Plan, dann kommt der Erfolg wie von selbst. Dem ist nicht so. Sondern Erfolg ist machbar. Machbar heißt, zu jedem Zeitpunkt das Richtige machen und dabei alles berücksichtigen. Es ist eben eine Kunst, Erfolg zu machen. Das kann nicht jeder und schon gar nicht mit einem Plan in der Hand. Es ist die Fähigkeit und Bereitschaft, in jeder Sekunde agieren und reagieren zu können. Und dabei das Ziel nie aus den Augen zu verlieren und wenn nötig, das Ziel zu korrigieren. Es ist das Zusammenspiel aller Aspekte und Parameter, welche Erfolg möglich machen. Und es ist die Gabe, sich selbst dem Erfolg unterordnen zu wollen. Stellen Sie sich mal vor, sie sind Dirigent und vor Ihnen sitzt ein Orchester mit 55 Personen. Erst wenn Sie nicht mehr in Menschen denken, sondern in Instrumenten. nicht mehr an die Menschen hinter den Instrumenten, sondern an die Klänge, die aus den Instrumenten kommen, erst dann kann man das Ziel erreichen, dass es unglaublich klingt. Vorher nicht.Und es fällt auf, dass wir viel zu viel über die Menschen hinter den Instrumenten in der Politik und Wirtschaft sprechen, anstatt genau darauf zu achten, was dabei rauskommt. Somit ist Erfolg die Fähigkeit und Bereitschaft, für den Erfolg immer und überall das Richtige zu machen und sich dabei selbst in den Dienst des Erfolges zu stellen. Deshalb ist Erfolg im Sinne von Hoffenheim nicht besonders geplant, sondern besonders gemacht worden. Um beim Fußball zu bleiben, genau da liegt auch der Unterschied zwischen Schalke und Bayern. In Bayern macht man Erfolg. Auf Schalke plant man ihn.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:50

Donnerstag, 4. Dezember 2008

Man kann dasselbe auf so viele Arten machen

Die Frage, bei dem was wir machen, ist, woran orientieren wir uns? Deshalb ist dasselbe so unterschiedlich. Welche Interessen verfolgt jemand? Das ist eine wichtige Frage, die sich viele oft nicht stellen. Was sind die Ziele des Anderen? Wir sind so viel mit uns selbst beschäftigt, dass wir uns die wichtigsten Fragen über den Gegenüber nicht stellen. Das muss in einem Großteil der Fälle zu einer Enttäuschung führen. Welche man nur verhindern kann, wenn man sich bewusst macht, was der Andere will. Oft ist das sehr ernüchternd. Aber es stellt eine Wirklichkeit dar, die man in seinen Ablauf, in die Entscheidungsfindung einbinden sollte. Der gemeine Zaubertrick lebt davon, dass die Konzentration dessen, der verzaubert wird, nicht da liegt, wo gerade fauler Zauber geschieht.Natürlich stellt jeder die Dinge so dar, damit er seine Ziele möglichst in Erfüllung gehen sieht. Somit muss ich die Ziele kennen, um die Fähigkeiten, Bereitschaften bis hin zur Beschaffenheit einordnen zu können.Das nicht realisieren, dass nicht klar und bewusst machen wollen ist schon eine schlechte Ausgangsposition. Die noch dadurch maßgeblich verschlechtert wird, dass man von sich selbst ausgeht und dass der Andere ja nur das Beste für einen will. Somit projiziert man die eigene Erwartungshaltung auch noch auf die Person, das Produkt oder die Leistung. Was den Frustationspegel in ungeahnte Höhen schraubt.Keinen blassen Schimmer, was der andere wirklich will und auch noch zu glauben, dass er genau das will, was man selbst will. Ohne sich von alledem ein Bild zu machen. Wenn das man gut geht?

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:45

Mittwoch, 3. Dezember 2008

Der Meetinghasser

Da saß ich nun. Erst wollte ich mit allen Mitteln rein und dann wollte ich mit allen Mitteln raus. Meetings. Meine Vorstellung und meine Erwartungshaltung von Meetings, vor allem Agenturmeetings, war eine völlig andere, als es sich dann in der Realität darstellte. Ich dachte, da muss man dabei sein. Da werden die Weichen gestellt. Da werden die wichtigen Dinge entschieden. Und dann das. Alle kommen zu spät. Jeder hat was vergessen. Ein ständiges rein und raus. Kaum einer ist gut vorbereitet. Erst mal setzen, Kaffee trinken und schauen, was passiert. Es gibt wenig, was mir aus meiner Werbervergangenheit in Düsseldorf mehr in schlechterer Erinnerung ist, als diese Meeting-Kultur. Von einem Meeting ins andere. Und nie war man wirklich einen Schritt weiter. Eigentlich trat man immer auf der Stelle. Und dieses unsägliche Gelaber. Es war schon alles gesagt, nur noch nicht von allen. Diese immer wiederkehrenden Rollenspiele. Um die Sache ging es nur in den seltensten Fällen. Und die Zeit tickt. Die Arbeitszeit. Die Freizeit. Also unter dem Strich die Lebenszeit. Schon im Meeting wurde ich immer nervös, weil mir kostbare Zeit gestohlen wurde. Wenn man alle sinnlosen Meetings auf ein Zeitkonto buchen könnte, da würden sich Milliarden von Jahren aufhäufen. Und was das eigentlich kostet und wert ist. Zeit und Kapital, das man so sinnvoll hätte nutzen und investieren können. Ich kam damals schnell zu der Meinung, dass 60% der Zeit sinnlos in Meetings vergeudet wird. Im Meeting. Was ist diese Formulierung mir ein Greuel. Heute denke ich, dass ich einfach für diese Art von Meeting zu ungeduldig war. Zudem zerrinnt kostbare Zeit so sinnlos. Und immer dachte ich mir, was ich stattdessen lieber machen würde. Viel ist mir in den Sinn gekommen. Heute gibt es natürlich auch noch Meetings. Aber es gibt nur zwei Arten. Die schnellen und die intensiven. Die schnellen haben immer und nur etwas mit der Sache zu tun. Da ist Geschwindigkeit eine der wichtigsten Qualitäten. Und die intensiven haben etwas mit Menschen zu tun. Da geht es nicht um die Sache oder den Job an sich, sondern um die Menschen. Diese Meetings verlangen nach Intensität, darum können und sollen sie nicht kurz sein. Man nimmt sich für Menschen Zeit. Für die Arbeit so wenig wie möglich, so viel wie nötig. Und weiter geht es.

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 07:33

Montag, 1. Dezember 2008

Zum Weinen schön

Donnerstag, der 27. November 2008. Regionalbahn RB 30622 HBH Tutzing 08.29 Uhr – HBF München 9.00 Uhr. Klavierkonzert No. 5 Es-Dur, Op. 73: II. Adagio un poco Mosso, Hans Vonk, Staatskapelle Dresden & Christian Zacharias. -8 Grad Außentemperatur. Blauer Himmel. Unglaubliche Sicht. Der Zug schlängelt sich am See entlang, bis er in Starnberg über den See hinaus, das letzte Mal die Sicht auf die Alpen frei gibt, um sich dann auf den Weg nach München zu machen. Im Zug ist es warm wie am Kachelofen. Ich habe eine 2. Klasse-Sitzgruppe ganz für mich. Den Mantel an den Haken gehängt. Die Sonnenbrille aufgesetzt, denn die Morgensonne steht tief. Ich fahre das Westufer hinunter und sitze dabei am Ostfenster. Somit taucht die Sonne alles in ihr orangerotes Licht. So sehr, dass ich es vorziehe, eine Sonnenbrille zu tragen. So lehne ich am Fenster und habe Kopfhörer im Ohr. Der MP3-Player spielt Beethovens 5tes Klavierkonzert. Ich blinzle dabei mit den Augen, so dass sich vor meinen halbgeschlossenen Augen ein wahres Feuerwerk an Lichtspiel vollzieht. So surfen meine Gedanken durch mein Leben. Wunderbare Bilder erscheinen in meiner Vorstellung. Ergreifende Momente drängeln sich durch mein Unterbewusstsein ganz nach vorne, in mein Bewusstsein. Somit entsteht eine Komposition der Sinne. Ein Film entsteht nur vor meinem inneren Auge und mir wird klar, wie wunderbar das Leben ist. So wunderbar, dass es zum Weinen schön ist. Und hinter meiner Sonnenbrille werden unbemerkt von meiner Umwelt für einen langen Moment meine Augen glasig. Mir wird klar, was für ein Glück ich habe und welche unglaublich schönen Zufälle mein Leben gestalten und begleiten.Mein eigenes Leben erscheint mir für diesen Moment wie ein Wunder. Und mir wird klar, dass ich diesen Zustand nicht festhalten kann, was die Phase der glasigen Augen hinter der Sonnenbrille verlängert. Demut und Dankbarkeit machen sich breit. Ein überwältigendes Gefühl der Glückseligkeit umarmt mich seicht. Nur schöne Gefühle türmen sich in mir auf zu einem unbeschreiblichen Kribbeln im Bauch. Meine Augen werden feucht, so intensiv fühle ich euch. Wenn man bedenkt, was das Leben doch für ein kostbares Geschenk ist. Die wunderbarsten Erinnerungen kommen mir in den Sinn, mein ganzes Leben ist ein einziger großer Gewinn. Am liebsten würde ich darüber ein Lied schreiben. Der Titel würde: „Zum Weinen schön“ heißen. Denn etwas in mir sagt, dass dieses Gefühl wie ein Lied ist. Es klingt.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:07

Business ist mehr Veränderung und weniger Gewohnheiten

Der Business-Plan ist eine der lustigsten Zeiterscheinungen. Es gibt sehr viele und über 90% haben sicher nie das gehalten, wovon der Business-Plan ausging, denn der Business-Plan ist eine statische Grundlage für eine Planung. Aber Business ist alles andere als statisch, Business ist dynamisch. Verwunderlich, dass sie immer zu Ungunsten von Investoren ausgehen. Man muss jeder Zeit bereit sein, seine Meinung über Bord zu werfen. Business heißt, ständig gestalten. Ständiges überprüfen, verändern, angleichen, verbessern. Business heißt, heute so, morgen so. Business bedeutet, in jeder Situation zu versuchen, die passende und richtige Entscheidung zu treffen und diese auch in die Tat umzusetzen, Entwicklungen vorwegnehmen, erkennen, erahnen, sich nie auf dem Erreichten ausruhen. Business ist immer nur eine Momentaufnahme. Nicht mehr. Man kann nur den Zustand, wie bei einer Vorsorgeuntersuchung, in diesem Moment festhalten. Was morgen sein wird, kann diese Untersuchung und die Betrachtung von Business nicht erkennen. Zu viele Entwicklungen, auf zu vielen Ebenen, zu schnell beeinflussen jedes Business. Was heute gut ist, kann morgen schlecht sein. Was heute falsch ist, kann morgen richtig sein. Business hat eigentlich nur eine Chance, erfolgreich zu sein, wenn die Gewissheit besteht, sich an relevantem Kundennutzen zu orientieren. Denn nichts ist wichtiger als ein offener Bedarf, der befriedigt werden will.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:11

Freitag, 28. November 2008

Fehleinschätzung – Was Machtmenschen fälschlicherweise glauben und nicht wissen

Sie wären im Recht. Nicht nur meistens, sondern immer. Sie irren. Alle Ideen, die ihrem Kopf entspringen, wären genial. Dem ist nicht nur nicht so, sondern noch schlimmer, der Großteil hat den Status einer Idee nicht mal im entferntesten erreicht, sondern ist nur ein Einfall. Dass die Annerkennung, die ihnen von allen Seiten zuteil wird, die Qualität ihrer Leistung widerspiegelt. Auch hier irren Machtmenschen gewaltig. Im Umfeld solcher Menschen wird weniger die Wahrheit formuliert, sondern mehr der persönliche Vorteil gesucht. Und diese Spezies Menschen glaubt, dass es immer so weiter geht. Auch dass diese Einschätzung nicht stimmt, werden sie schmerzlich früher oder später erfahren. Denn letztendlich sind die Friedhöfe voller Menschen, die unersetzlich sind. Aber der schlimmste Fehler, der Machtmenschen unterläuft, ist die völlig selbst überschätzte Selbsteinschätzung. Das ist richtig peinlich. Somit scheint klar, um so mehr Macht man in sich und um sich vereint, umso mehr entfernt man sich von so etwas wie Wirklichkeiten, Meinungen, Erfahrungen und Wahrheiten. Und man lernt so gut wie nichts, nicht wesentliches mehr dazu. Die Wände der Macht sind dick und undurchlässig für so etwas wie dazulernen, bemerken, erkennen, sehen, hören, spüren. Machtmenschen mit Verantwortungsbewusstsein haben Türen und Fenster in die Mauern ihrer Macht gebaut. Und diese benutzen sie auch.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 08:59

Donnerstag, 27. November 2008

Wenn die Marke spricht, schweigt das Produkt.

Es ist eine der letzten, die es sich lohnt, zu verteidigenden Bastionen im Marketing. Es steckt schon im Wort – Marketing: „Marke". Die Marke ist der Magier unter den ganzen Arbeitern. Ihr gelingt alles, ohne viel Aufheben. Alles scheint ihr einfach zuzufliegen. Eine magische Anziehungskraft geht von der Marke aus. Die Marke muss sich nicht erklären oder beweisen. Sie wirkt oder sie wirkt nicht. Wer nicht in die Kraft der Marke investiert, investiert in ein Fass ohne Boden. Die Marke ist der Freund unter vielen Bekannten. Die Marke ist da, auch wenn man selbst nicht da. Sie begrüßt einen. Sie respektiert einen. Und man ist tief und fest verbunden mit der Marke. Da kann viel kommen, aber zwischen die Marke und einen selbst kommt so gut wie nichts. Um an die Kraft der Marke glauben zu können und um deren Stärke zu wissen, muss man der emotionalen Betrachtungsweise mehr Raum, Zeit und Platz überlassen, als der rationalen. Wer hört sich schon gerne Fakten an, wenn er seiner Marke vertraut. Was sollen die vielen Argumente, wenn man eine Marke an seiner Seite weiß. Die Marke ist ein guter Ersatz für Freundschaft, wenn diese mal nicht durch Menschen möglich zu machen ist. Sogar den Hund ersetzt die Marke ganz gut. Sie lächelt uns an. Sie hebt uns auf eine andere Ebene. Die Marke beglückt uns mit ihrer Gegenwart. Sie zeigt, wer wir sind, wo wir stehen. Durch die Marke können wir uns selbst bestätigen, uns selbst Anerkennung zollen. Erst durch die Marke können wir zum Ausdruck bringen, wer wir sind oder wer wir werden wollen. Die Marke steht in keinem Verhältnis. Sie ist, wie sie ist. Und der Marke verzeihen wir viel mehr, als allen und allem anderen. Sie fordert eine besondere Art an Loyalität und manchmal braucht die Marke sogar uns. Dann können wir uns der Marke gegenüber dankbar erweisen. Über allen Vorteilen, Nutzen, Argumenten, Testergebnissen schwebt völlig losgelöst die Marke und scheint denen am Boden der Tatsachen auf den Nasen herum zu turnen. Mit einer Leichtigkeit und Gleichgültigkeit, die einem nur Bewunderung entlockt. Die Marke schwebt, wenn die Argument pflügen. Die Marke fliegt, wenn die Fakten rollen. Die Marke gleitet dahin, wenn die Nutzer um die nächste Ecke gerannt kommen. Die Marke überzeugt, wenn Vorteile überreden müssen. Die Marke...

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:37

Dienstag, 25. November 2008

Suche nicht den Erfolg und du wirst erfolgreich sein

Es ist fast unfair und als ziemlich gemein anzusehen, dass Erfolg oftmals denen zufliegt, die ihn nicht unbedingt gewollt, geschweige denn versucht haben, ihn quasi zu erzwingen. Wenn wir über Erfolg sprechen, dann sprechen wir natürlich über den richtigen Erfolg. Die Art von Erfolg, die einem rundherum gut tut. Erfolg ist eigentlich nur der Teil, an dem man eine wichtige Etappe erreicht. Wenn man insgeheim weiß und überzeugt ist, dass man diese erreicht, dann fallen auch die Zwänge weg und die Verhaltensweisen, wenn man Erfolg unbedingt will. Warum auch, wenn man weiß, dass man an diesen Punkt ohnehin gelangen wird. Die Verhaltensweisen werden erst dann verhaltensauffällig bis hin zu weitreichend negativ, wenn derjenige spürt, dass er den Punkt mit normalen Mitteln ohnehin nie erreichen wird. Er ahnt es insgeheim. Darum das gequälte und zwanghafte, den Erfolg mit allen Mitteln unbedingt erreichen zu wollen.Es sind auch zwei Arten von Erfolg da. Der eine kann ihn genießen. Weil er ihn mit den Mitteln und Fähigkeiten seiner Persönlichkeit erreicht hat. Somit kann er mit Erfolg auch umgehen. Die anderen hingegen leiden mehr unter dem Erfolg. Weil sie insgeheim spüren, dass dieser nicht gerechtfertigt ist, dass sie diesem nicht gerecht werden können. Und das Schlimmste ist, dass man ihnen diese Art von Erfolg einfach und schnell auch wieder nehmen kann. Diese zwei sehr unterschiedlichen Wege zum Erfolg formen die Menschen zugleich. Und sie kommen auch nicht am selben Ziel an. Die einen reden über etwas wie Erfolg, was es aber in Wirklichkeit nicht ist und über die anderen und deren Erfolg redet man, weil es die Art von Erfolg ist, die man an anderen Menschen so schätzt. Der wirklich Erfolgreiche spricht nicht darüber, weil der Status für ihn nichts besonders ist, sondern eher etwas verantwortliches. Somit kann man einfach und schnell erkennen, was wirklich Erfolg ist, und was so etwas ähnliches wie Erfolg ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:33

Montag, 24. November 2008

LI.VE Liebe und Verbundenheit

Du hast die Wahl. Man kann sich immer entscheiden. Das ist ein Privileg unseres Standortes, dass wir jeden Standpunkt einnehmen können. Nicht alle machen wirklich Gebrauch davon. Viele folgen nicht ihrer Intuition, sondern einer Logik. Einer Logik? Welche Logik ist das? Vor allem, von wem ist diese Logik? Die Logik, die nicht im Einklang mit der eigenen Intuition steht. Könnte es die Logik anderer sein? Eine Logik, die gut formuliert ist? Die schön verpackt ist? Eine Logik, die uns leiten soll, damit die Ziele anderer in Erfüllung gehen? Das wäre wirklich schrecklich logisch.Die Versorgung von Interessen muss auch langfristig gesichert werden. Dafür benötigt man Menschen, welche die Versorgung der jeweiligen Interessen sicherstellen. Somit könnte es sein, dass man nicht seinen Interessen folgt, sondern den Interessen ganz anderer. Und damit einen langen beschwerlichen Lebensweg beschreitet. Man ist so jung, wenn man die wesentlichen Entscheidungen für sein Leben treffen soll. Da läßt man sich die eine oder andere Entscheidung gerne abnehmen von so etwas wie Vernunft. Man versucht, in die Welle anderer zu kommen und die Welle der anderen mit abreiten zu dürfen. Schon in der Schule muss man sich entscheiden, welche Leistungskurse man belegt. Und man überlegt nicht, welche eigenen Interessen wirklich im Vordergrund stehen, sondern welche Fächer einem womöglich die besten Zensuren bescheren. Und so geht es dann weiter. Man selbst wird nie wirklich gefragt, sondern nur, was der beste Weg ist, Ziele anderer zu erreichen. Und dann kommen diese vielen Menschen mit ihren vollkommenen Lebensentwürfen um die Ecke und erklären einem ständig, dass es nur so geht. Diese sind wohltemperiert und -formuliert und man wagt es nicht, einen kleinen Gegenentwurf in die Runde zu werfen. In die Fußstapfen von jemand anderem zu treten, bedeutet doch nur, keine eigenen zu hinterlassen. Eine furchtbare Vorstellung.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:01

Freitag, 21. November 2008

Eine Ode an die Haltung

Sie ist eine Frage der Persönlichkeit, des Charakters. Haltung lernt man nicht oder gewinnt man, Haltung hat man oder nicht. Schon in frühester Kindheit kann man erkennen, wenn man will, ob ein Kind Haltung hat oder nicht. Aber wer will das schon wissen. Kinder mit Haltung sind anstrengender als Kinder ohne. Jugendliche mit Haltung ebenso. Haltung ist vor allem die Gabe „nein“ sagen zu können und nicht „ja“ zu sagen, um zu gefallen. Haltung ist zudem die Eigenschaft, sich an seinen eigenen Idealen zu orientieren, anstatt an denen anderer. Haltung ist das ständige Bestreben, die Würde vor sich selbst zu wahren. Haltung bedeutet, mit einer bestimmten legitimierten Art von Lebenslügen nicht leben zu wollen. Haltung bedeutet, seinem inneren Schmerz eine verständliche Stimme zu verleihen. Haltung bringt die Notwendigkeit, Fragen zu stellen, vor allem diejenigen, die andere nicht stellen. Mit Haltung verbindet man, seinen Vorteil nicht auf Kosten anderer zu suchen. Haltung macht berechenbar. Haltung bedeutet aber auch, an keinem Dogma festzuhalten sondern sich eine neue, andere oder dieselbe Meinung zu bilden. Haltung befragt in erster Instanz das eigene Gewissen und wägt dann mit Hilfe von Plausibilität ab. Haltung bedeutet, andere Menschen mit dieser stützen und unterstützen zu wollen. Haltung ist Orientierung für einen selbst und sein Umfeld. Haltung ist Messlatte, nur für einen selbst, auch wenn es niemanden interessiert. Haltung bedeutet auch, die Konsequenz der Haltung ertragen zu können. Haltung ist keine Frage von materiellen Aspekten und Wohlstand, sondern besteht aus moralischen und ethischen Grundsätzen, an die man sich aus welchen Gründen auch immer hält. Auch wenn andere das im direkten Umfeld nicht tun. Haltung bedeutet, seine Grenzen zu kennen und Grenzen von Freiheiten bewusst nicht zu überschreiten. Haltung ist verlässlich. Haltung kann man erst rückblickend beurteilen. Menschen mit Haltung sind selten, weil der Weg eines Menschen kontinuierlich gepflastert ist mit Mechaniken und Verhaltensweisen, die Haltung geradezu torpedieren. Menschen ohne Haltung können sich besser anpassen. Menschen mit Haltung fallen durch Anpassungsschwierigkeiten geradezu auf.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 08:07

Donnerstag, 20. November 2008

Der Kampf um die Zeit

Ein Freund sagte mal: „Business ist ein Wettrennen, bei dem alle mitrennen, ohne dass es eine Ziellinie gibt.“ Also, man beginnt zu rennen, rennt immer schneller und schneller, rennt, so schnell man kann, bis man wieder langsamer wird und langsamer und man aufhört mitzurennen. Somit ist Business ein Wettlauf. Vor allem ein Wettlauf um die Zeit. Um die Zeit, die einem letztendlich verloren geht, weil man gerannt ist, gerannt an allem vorbei. Auf ein Ziel zu, das es nicht gibt und das noch keiner je erreicht hat. Schon verrückt. Denn wer kann, soll und darf, rennt mit. Niemand fragt mal nach: Wohin rennen wir eigentlich? Was ist das Ziel? Was erwartet uns am Ziel? Wann sind wir da? Was ist der Lohn? Was haben wir davon, wenn wir rennen? Warum rennen wir eigentlich, wenn wir auch gemütlich gehen könnten? Warum rennen wir durchs Leben? Es scheint ein Massenphänomen zu sein. So eine Art Kettenreaktion. Alle machen mit, weil alle es vormachen. Niemand schreit „Stopp. Hört auf zu rennen, gehen reicht völlig aus.“ Durchs Leben zu gehen, hätte unglaubliche Vorteile. Man würde sehr viel mehr Eindrücke und Erlebnisse mitnehmen. Sehr viel mehr Erfahrungen in Erkenntnisse umwandeln können. Das ständige Reflektieren würde uns in ganz neue Denkwelten katapultieren. Das alles ist beim Rennen unmöglich. Beim Rennen fliegen die wesentlichen Aspekte des Lebens wie im Flug an einem vorbei.Irgendwer erzählte mir mal, dass es Urvölker gibt, die glauben, dass nur beim Gehen auch die Seele, also das Wesen des Menschen, folgen kann. Wenn man also mit dem Flugzeug fliegt, dann würde die Seele, das eigentliche Wesen nicht mehr hinterher kommen. Das ginge zu schnell. Wilde Theorie. Aber ein schönes Bild, das den Unterschied zwischen gehen und rennen sehr gut verdeutlicht.Alles muss schnell gehen. Nicht, weil es schnell gehen muss, sondern weil alle rennen. Und somit muss alles die Geschwindigkeit der Fortbewegung annehmen. Die eigentliche Frage, die mich dabei berührt, lautet: Wenn wir so schnell durchs Leben rennen, dann kommen wir doch unweigerlich schneller ans Lebensende? Wenn wir an vielem achtlos vorüber rennen, dann haben wir einen Großteil der Dinge auf unserem Lebensweg gar nicht wahr- und mitnehmen können. Wir rennen nicht nur schnell durch unser eigenes Leben, sondern auch noch an allem vorbei. So dass wir das unmöglich so verarbeiten können, als wenn wir gehen würden. Alles deutet darauf hin, dass es besser wäre, wenn wir nicht rennen, sondern wie es sich für Menschen gehört, gehen würden. Wenn wir unserer natürlichen Fortbewegung in allem folgen würden. Wenn wir das Tempo vermenschlichen würden. Nicht nur, dass die gelebte Netto-Lebenszeit sich wunderbar vervielfachen würde, die Intensität, mit der wir jeden Lebensschritt einen nach dem anderen ausführen würden, würde uns zu Unglaublichem befähigen. Da bin ich mir sichern.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 13:30

Mittwoch, 19. November 2008

Der Mann, der liegen blieb

Ein Traum verfolgt mich seit meiner Schulzeit. Der Traum von dem Mann, der eines Tages beschließt, einfach liegen zu bleiben. Im warmen Bett. In Sicherheit und Geborgenheit. Umsorgt und behütet. Er beschließt, nicht mehr aufzustehen und wieder in eine dieser sinnlosen Schlachten zu ziehen, um Ziele zu verfolgen, die ihn eigentlich nicht wirklich interessieren. Er beschließt – das war es. Macht ohne mich weiter. Ich bleib jetzt liegen. Bis hierhin ist der Traum einfach wunderbar und fabelhaft, aber ich denke, steh jetzt auf du Idiot. Und was tue ich, stehe natürlich seit über 38 Jahren so gegen 7.00 Uhr auf. Habe dieses Lächeln auf den Lippen, weil mir ein Gedanke nicht aus dem Kopf geht. Liegenbleiben ist ja gut und schön, aber was mache ich um 10.00 Uhr oder um 11.00 Uhr? Wie komme ich an den Kühlschrank?Liegenbleiben kommt mir, wenn ich mal aufgestanden bin, total bescheuert vor. Schon verrückt, wie fundamental schnell sich Wahrnehmung verändern kann.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 12:15

Demokratie

Erinnern Sie sich noch? Alle Gewalt geht vom Volke aus. Die Würde des Menschen ist unantastbar. Der Abgeordnete ist nur seinem Gewissen verantwortlich. Alle Deutschen haben das Recht, Beruf, Arbeitsplatz und Ausbildungsstätte frei zu wählen. Alle Menschen sind vor dem Gesetz gleich.
Das fällt mir gerade ein, als ich in der Tagesschau sehe, wie ein paar der gerade in Berlin anwesenden politischen Vertreter ausbaldowern, dass sie dem angeschlagenen Autobauer Opel, der zu General Motors gehört, mit meinen Steuergeldern unter die Arme greifen wollen. Hallo? Meine Stimme habt ihr dafür nicht.
Wenn ein amerikanischer Autobauer die Produktlinie in Deutschland bestimmt und jahrelang Autos baut, die der Markt nicht kauft, ist es auch keine Lösung, wenn dies jetzt mit meinen Steuergeldern zwangsweise nachgeholt wird. Das rettet auch keinen der 26.000 verbliebenen Arbeitsplätze in Deutschland. Keinen einzigen. Im Gegenteil. Wie wir gelernt haben, ist es viel sinnvoller die Unternehmen vom Markt gehen zu lassen, die vom Verbraucher nicht angenommen werden. Außer vielleicht es wäre ein meritorisches Gut, was man bei Opel beim besten Willen nicht behaupten kann.
Ich wäre hingegen dafür, dem einzelnen Verbraucher viel mehr Netto von seinem selbst verdienten Brutto zu belassen. Sich stark zu machen für den kleinen Selbstständigen, den mittelständischen Unternehmer, den Handwerksmeister und den so genannten Mittelstand, weil das die sind, die hier den Großteil des Wohlstandes erwirtschaften und die, die die Mehrzahl der Arbeitsplätze schaffen. Das Geld, das jetzt Opel in den Rachen geschleudert wird, landet mit 100%-iger Sicherheit sowieso auf irgendeinem obskuren Konto von GM. Hallo? Meine Stimme habt ihr dafür nicht.
Meine Stimme hättet ihr, würdet ihr euch auf die eigentlichen politischen Aufgaben besinnen und nicht nur auf die Wählerstimmen des nächsten Herbstes schielen. Leider habe ich einen ganz anderen Eindruck.
Was also tun? Mich einreihen in die gute Hälfte der Verweigerer, die sich offensichtlich sagen, da kann man sowieso nichts machen. Was soll ich wählen gehen? Nein. Weil es eine ganz andere Lösung gibt. Eine einfache, eine geniale. Wir in Bayern haben es dieses Jahr rein zufällig entdeckt. Das demokratische Geheimnis.
Stellen Sie sich einfach im nächsten Herbst die Frage: „Fühlen Sie sich von unseren Berliner Vertretern vertreten?“ Wenn ja, machen Sie das, was Sie immer machen. Aber wenn nicht?
Dann wählen Sie einfach eine der Parteien, die bisher noch nicht im Bundestag vertreten waren. Egal, wie sie heißt, Hauptsache, sie hat bisher noch nicht mitgespielt. Ganz plötzlich fangen alle politischen Vertreter ganz hektisch an, uns zu vertreten. Wenn sie merken, es geht an ihre Pfründe, dann interessiert sie plötzlich der Wählerwille und sie fragen sich, was der Souverän denn eigentlich will. Dann beginnt sich in all dem Heulen und Zähneklappern der Ex-Etablierten tatsächlich so etwas, wie ein kleines Pflänzchen Demokratie auszubreiten.
Leute, wenn das sogar in Bayern möglich war, was schaffen wir dann erst nächstes Jahr in Berlin?

Geschrieben von Kai Falkenberg in Wilde Thesen um 07:15

Dienstag, 18. November 2008

Die Gedanken in meinen Kopf

Es sind oft zu viele. Sehr widersprüchliche. Und dann wiederum so klare. Dann sind da die ganz speziellen, die sich immer tiefer und tiefer in eine Materie vorbohren. Dann gibt es die allgemeinen, die eher oberflächlichen. Und immer und immer wieder die suchenden. Es gibt so unglaublich viele schöne und wundervolle Gedanken. Aber da sind auch die von der Art, die ich überhaupt nicht mag. Ich jongliere gerne in meinen, mit meinen Gedanken. Sehr gerne lasse ich Gedanken auch springen. Von einem zum anderen. Manchmal reise ich weit zurück. Nicht weniger oft versuche ich, weit nach vorne zu denken. Aber meistens denke ich im „Jetzt". Ich will nichts verpassen und somit kreisen meine Gedanken zum überwiegenden Teil in der Gegenwart. Ich mache mir viele Gedanken, zu einigen Themen sicher viel zu viele. Ich weiß aber auch, dass es da Themen gibt, über die müsste ich mir wirklich mehr Gedanken machen. Sogar meine Ausreden zu diesen Themen machen mir Gedanken. Viele meiner Gedanken sind von der Neugierde getrieben. Nicht wenige auch von Ängsten. Aber auch Neid, Missgunst, Egoismus, Abneigung, Vorurteile, Bewerten und Vergleichen sind ein viel zu großer Teil meiner Gedanken. Viele meiner Gedanken sind hoffnungslos naiv. Das sind meine Lieblingsgedanken. Oft rette ich die Welt in meinen Gedanken, oder wenigstens ein Land, eine Stadt, eine Firma oder einen Menschen. Aber es kann auch ein Hund sein oder ein Goldfisch. In Gedanken kann man so viel Gutes tun, ohne einen Finger krumm zu machen. Und man kann in Gedanken auch mal richtig fies und böse sein. In Gedanken wie gesagt. Es tut so gut, sich in Gedanken mal auszuschütten, auszuheulen und auszutauschen, was man in Wirklichkeit so nicht tun würde. Und dann verfolge ich gerne Gedanken. Ich erkenne sie erst und dann gehe ich ihnen nach. Manchmal verliere ich die Spur, aber meistens ist mein Ehrgeiz dann doch so groß, dass ich dem Gedanken dann doch auch die Schliche komme. Viele Gedanken drehen sich um den Trieb. Sie wissen, welchen ich meine? Nach meinem Gefühl taucht mir dieser Gedanke zu oft und zu unverhofft auf. Aber was soll man machen. Man kann Gedanken nicht wie einen ungeliebten Gast vor der Tür stehen lassen. Gedanken, die kommen wollen, kommen immer durch die Vordertür rein. Denken kann man nur alleine in seinem Kopf. So sehr man auch in einer Runde sitzt und Gedanken austauscht, die Wirklichkeit der Gedanken spielt sich nur im eigenen Kopf ab. Obwohl auch der Gedanke reizvoll ist, mit dem Kopf des anderen denken zu können. Man würde so viel mehr verstehen. Obwohl das nicht gehen würde, denn man müsste ja mit seinen Gedanken in den jeweils anderen Gedanken denken. Und das scheint unmöglich. Und wenn man nur in den Gedanken des anderen denken würde, dann würde man sich genau über die Dinge keine Gedanken machen, über die man glaubt, sich Gedanken machen zu müssen. Oder sie sind so anders, dass es einem selbst nicht auffällt. Somit denkt jeder für sich. Und der Austausch von Gedanken spiegelt nur einen Bruchteil der wirklichen Gedanken wieder. Denn wer kann schon seine Gedanken formulieren und das auch noch in vollem Umfang unter Berücksichtigung der kompletten Klaviatur der Gefühlswelt. Gedanken kann man zwar losgelöst formulieren, aber sie entstehen aus sehr komplexen Zusammenhängen. Und die kann man nicht übermitteln. Der Mensch muss damit leben, dass die Welt nur in seinem eigenen Kopf in seinen eigenen Gedanken so ist, wie sie ist. Und dass dieser Umstand vom Rest der Gedankenwelt stark abweichend ist. Es scheint das Übel der Menschheit zu sein, dass wir Gedanken nicht zusammenfügen können, nicht addieren können, nicht ergänzen. Wir können nur unseren eigenen Gedanken folgen. Und das ist nicht viel, wenn man bedenkt, wie viele brillante Gedanken jetzt in anderen Köpfen gedacht werden, welche unser Bewusstsein nie erreichen werden. Das ist echt ein menschliches Manko. Wir haben sie, können diese aber nicht zu einem „Über-Bewußtsein" zusammenfügen, damit aus allen Gedanken etwas so viel Größeres entsteht, etwas, das sich der Einzelne hätte nie vorstellen könne. Es gibt Samenbanken und Blutbanken, aber keine Gedankenbanken. Mit dem Tod eines jeden Menschen sterben vor allem eins – wichtige Gedanken. Die für immer weg sind. Das ist wirklich fatal.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 17:17

Der endlose Rausch

Das Problem einer Sucht ist allgemein bekannt. Sie führt ins Nichts. Die Sucht heizt das zu befriedigende Bedürfnis nur an, ohne dieses jemals wirklich befriedigen zu können. Die Sucht hat kein Interesse, ein Bedürfnis endgültig zu befriedigen, denn sie nährt sich zu gut aus sich selbst. Auf der Sucht begründen sich ganze Wirtschaftsmodelle. Aber jede Sucht ist ein Spiel mit dem Feuer. Das wissen zwar alle, aber jeder geht davon aus, dass immer und nur die anderen verbrennen.Wenn ich ehrlich bin, dann bin ich ein Suchtmensch. Das heißt, ich muss mich fortlaufend kontrollieren oder meine Sucht so kanalisieren, dass diese nicht in negative Verhaltens- und Handlungsweisen mündet, sondern in produktive und positive. In meinem Leben habe ich eine Menge Suchtverhalten gestreift, habe mich aber

immer gegen die negativen durchgesetzt. Trotzdem sucht die Suchtveranlagung in mir nach immer neuen Wegen und Ausgängen. Menschen mit so einer Veranlagung wie ich sie habe, haben somit die Chance, die Unmengen an Energie, die man zur Befriedigung von Suchtverhalten aufbringt, bewusst in positive und produktive Lebensinhalte zu investieren. Wem das nicht gelingt, dessen Suchtveranlagung wird sich über kurz oder lang ein Ventil suchen. Und das muss nicht gut ausgehen, das kann erheblich ins Auge gehen. Woran erkennt man Menschen mit einer Suchtveranlagung? An den Extremen. An den Mengen. An der Dosierung. An der Häufigkeit. An der enormen Energie, die dafür aufgewendet wird. An der vielen Zeit, die dafür investiert wird. An der unglaublichen Wiederholungsrate. An der unübersehbaren Intensität. An der Kreativität im Umgang damit.Ich meine, man kann davon ausgehen, dass viele Menschen, die etwas außerordentlich gut können, weil sie mit einer beeindruckenden Lebensleistung hinter nichts anderem her waren, diese Energie dafür nur aufbringen konnten, weil sie eine Veranlagung zur Sucht hatten. Oft verlaufen diese Verhaltensweisen auch parallel. Somit ist das eigentliche Suchverhalten nur ein Übersprungsverhalten zur Kompensation eines nicht befriedigten Bedürfnisses, keines offenen sondern eines latenten. Da wartet in mir etwas darauf, dass es befriedigt wird. Wenn dem so wäre, dann würde die Verhaltensauffälligkeit sicher verschwinden und in eine Normalität übergehen. Menschen hören nicht auf, ihre Sucht zu versorgen, weil sie diese überwinden, sondern weil das Verursacherprinzip unter- oder durchbrochen wird. Primäre Störungen, die zu einem Auslösen eines Suchtverhaltens führen, kennt die Psychologie. Ich möchte mich hier nicht zu weit aus dem Fenster hängen, aber es hat in der Regel etwas mit nicht geliebt werden, zurückgewiesen werden, fehlender Anerkennung und Bewunderung, schlechter Kommunikation und solchen Aspekten zu tun.Somit ist der ewige Rausch, den viele zu befriedigen suchen, nicht befriedigt, wenn man den Nährboden dafür nicht trockenlegt. Was ist der Verursacher? Was Menschen passiert, passiert auch Unternehmen und Volkswirtschaften. Jedes Land erzeugt sein eigenes Suchtverhalten, denn auch Länder und deren Völker können identische psychische kollektive Störungen in ihrer Entwicklung erfahren – wie Menschen. Die Sucht ist ein Phänomen, dem man sich stellen muss. Als Mensch, als Unternehmen und als Land. Wenn man die Sucht schon nicht abstellen kann, dann muss man diese leiten, umleiten, kanalisieren, in positive und konstruktive Aspekte eines Menschen, eines Unternehmens und eines Landes. Ich bin überzeugt, dass dies für viele oftmals der erste wichtige Schritt in die richtige, bessere Richtung wäre, als ständig offensichtlich schädlichen Verhaltensauffälligkeiten in Form von Süchten weiter und weiter nachzugehen. Da muss sich jeder Mal an die eigene Nase fassen, jeder Mensch, jedes Unternehmen und jedes Land. Es hilft, wenn man es versteht und daraus lernt, sein Verhalten entsprechend zu ändern. Meine Suchtkompensation? Ratet mal – es ist das Schreiben. Aber ob Ihr es glaubt oder nicht, es reicht nicht. Bei weitem nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 11:09

Montag, 17. November 2008

Die Moldau – Smetana

Da ich in Prag war, war ich auch an der Moldau. Und wer an der Moldau verweilt, der schaut Smetana über die Schulter seiner Komposition. Die Aufnahme „Die Moldau“ des Israel Philharmonic Orchestra ist mir die Liebste. Oder doch die von Herbert mit den Berliner Philharmonikern? Beide sind grandios. Ich kann nicht wirklich sagen, was mich an diesem Stück so fasziniert, aber es packt mich immer wieder. Es ist einfach schön. Schön für meine Gefühlswelt. Man wird wie ein Blatt in der Strömung von der Moldau durch das ganze Stück mal sanft getragen, mal förmlich mitgerissen. Leider habe ich zu wenig Ahnung, in welchem Kontext dieses Stück kulturell steht. Mein Wissen um die klassische Musik ist da zu begrenzt, aber was soll man machen, wenn man etwas als so schön und vollendet empfindet. Nun stand ich da in Prag an der Moldau und er saß direkt daneben. Und beim Anblick lauschte ich den Klängen seiner Komposition, ohne dass diese wirklich zu hören war, nur in meinem Kopf. Es war wunderbar. Und weil es so schön ist, hier nochmal die Moldau:

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 09:10

Sonntag, 16. November 2008

Minimalprinzip

Ich bin Kapitalist - wenn ich so darüber nachdenke, was ich sein könnte. Sozialist bin ich nicht, auch kein Kommunist oder Royalist oder gar Nihilist, denke ich. Nein, am ehesten also Kapitalist. Allerdings bin ich dabei auch Realist. Was heißt das? Ich schaue nicht nur, dass ich mit gegebenen Mitteln das Bestmögliche raushole. Das nennt man das „Maximalprinzip“.

Oder ich schaue nicht nur, dass ich ein gegebenes Ziel mit dem geringsten Mitteleinsatz erreichen kann. Das ist das „Minimalprinzip“. Wenn das Ziel dabei lautete, die Rendite solle 25% betragen, hieße das „Größenwahn“.
Realist bin ich dabei nämlich v.a. deswegen, weil ich das immanente Prinzip in den genannten Prinzipien berücksichtige. Das setzt nämlich voraus, der Mensch würde sich in diesen kapitalistischen Grundsätzen „vernünftig“ verhalten. Und genau das ist es, woran es derzeit bedauerlicherweise am meisten mangelt: Vernunft.
Oder ist es vernünftig, diejenigen vom Gewinn auszuschließen, die ihn erwirtschaften? Diejenigen in den Ruin zu treiben, die die Waren konsumieren sollen? Oder klingt es vernünftig, dass bei einer Bankenpleite die Ersparnisse der Anleger weg sind, die Schulden aber nicht? Ist es vernünftig, dass man mit Spekulation mehr zu verdienen können glaubt, als mit seinem Kerngeschäft? Ist es vernünftig, dass Löhne gezahlt werden, von denen der Empfänger nicht mehr leben kann- geschweige denn konsumieren kann? Und wäre es vernünftig, diejenigen übers Weiterkommen entscheiden zu lassen, die gerade vorgesungen haben?
Es ist nicht vernünftig, auf Dauer seine Gewinne privatisieren zu wollen und seine Verluste zu sozialisieren. Es ist auch nicht vernünftig, seine Steuern dank der Globalisierung nicht bezahlen zu wollen, aber im Krisenfall nach der heimatlichen Gemeinschaft zu rufen.
Wir lernen alle in der Kindheit, dass man den Ast, auf dem man sitzt, nicht absägt. Dass der Krug nur solange zum Brunnen geht, bis er bricht und dass man die Kuh nicht schlachtet, die goldene Eier legt. Nur wenn wir dann später die Gelegenheit haben, zu zeigen, was wir gelernt haben, denken wir, es wird schon gut gehen. Oft sägen wir dann nicht nur am Ast, auf dem wir sitzen, sondern gleich am ganzen Baum.
Warum das so ist? Ich denke, das hat ursächlich mit der Abwesenheit von Vernunft zu tun. Einfach weil es so scheint, dass man keine Verantwortung für sein Tun übernehmen müsse.
Aber wer hat denn das Ziel, das erreicht werden soll, ausgegeben? Wer hat das Bestmöglich zu Erreichende denn definiert? Vielleicht benennen wir die falschen Ziele und stellen irgendwann mit Schrecken fest, dass wir nur einem vergoldetem Kalb nach gelaufen sind.
Es scheint ja so einfach: Ich spekuliere ein bisschen mit fremden Eigentum. Wenn es gut geht, sind alle zufrieden. Und wenn nicht? Ja, dann müssen mir eben die Eigentümer helfen. Ich habe es ja nur gut gemeint. Ich wollte doch nur 25% erwirtschaften. Und, was soll’s, Leute? - Es war ja nicht
mein Baum!

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 22:22

Samstag, 15. November 2008

Weniger Kapitalismus wagen

Alles Extreme hat Grenzen und ist endlich. Extrem bedeutet Gewicht zu lasten einer Seite. Alles ausgeglichene hat fließende Übergänge. Man spricht deshalb in der Natur von einem biologischen Gleichgewicht. Natürlich nur wenn man den Einfluss des Menschen mal außer Acht lässt. Somit gibt es nicht Schwarz oder Weiß, Richtig oder Falsch, Wahrheit oder Lüge. Sondern die Lösung liegt irgendwo dazuwischen. Sie liegt auch nicht in der Mitte. Sondern eher da, wo die Mathematik vom goldenen Schnitt redet.Somit beschreibt der Kapitalismus die größtmögliche Ausbeutung von Ressourcen um daraus einen größtmöglichen Gewinn zu erzielen. Das beschreibt die Extreme Interpretation von Kapitalismus. Diese Art von Ausbeutung ist aber endlich. Und führt dazu dass es bestimmte Ressourcen nicht mehr gibt. Somit gibt es die Märkte auch nicht mehr. Das reine am Gewinn sich orientieren, setzt Ungleichgewicht voraus. Weil Ressourcen nicht geschont werden, oder nachwachsen können. Weil nichts geschützt wird, oder sich regenerieren kann. Die Gesetzmäßigkeiten des Kapitalismus führen letztendlich auch immer zum selben Ziel, ein Markt ist ab einem Zeitpunkt ausgepresst wie eine Zitrone und die Karavane zieht weiter zum nächsten Markt. Und so geht das weiter und weiter, bis nichts mehr da ist. Somit bin ich ein Anhänger von einem 50% Kapitalismus und einem 50% Idealismus. Um ein Gleichgewicht her zu stellen. Es der Natur versuchen gleich zu tun ein wirtschaftliches Gleichgewicht zu schaffen. In dem der Gewinn zwei Gesichter hat. Eines bestehend aus Zahlen und eines bestehend aus echten Gefühlen. Vom letzten Konto der Menschheit kann niemand mehr was abheben, nicht mal 1 EURO.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 09:40

Donnerstag, 13. November 2008

Wie Kinderspiele unser Verhalten prägen

Für alle, die sich erinnern können und wollen, denen wird unweigerlich auffallen, wie sich die Art und Weise von Kinderspielen auf die Menschen außerhalb des Kinderalters überträgt. Nichts prägt die Art der Führungskultur mehr als die Spielweise aus den Kinderjahren. Dabei prägen auch die Spiele selbst. Der Umgang mit der Zukunft ist in der Vergangenheit verankert. Der lockere und riskante Umgang mit Geld z.B. beim Monopoly spielen. Ich bin überzeugt, dass hier oft die Ursache und der Ursprung für Verhaltensweisen der Führungsspitzen liegen. Auch wer offensichtlich zu viel Spielzeug hatte. Keine Spielpartner hatte. Wer allein spielen musste und somit sein eigener Gegner war. Wer viele Geschwister hatte. Wenn die Altersabstände gering oder groß waren. Wer nicht verlieren konnte. Wer einfach nicht gewinnen konnte. Wer schon als Kind alle Register gezogen hat, um sich einen Vorteil zu verschaffen. Wer im falschen Alter die falschen Spiele gespielt hat. Wer lieber gepuzzelt hat. Wer lieber Stratego gespielt hat. Wer am liebsten um einen Einsatz gespielt hat. Wer Eisenbahnen aufgebaut hat, um damit nicht zu spielen, wenn sie fertig waren. Wer spielerisch Tätigkeiten nachgegangen ist, die andere als Arbeit beschreiben würden. Wer vorzugshalber mit sich gespielt hat. Wer andere hat gern gewinnen lassen. Wer das gewinnen so liebte, weil er dadurch Wertschätzung und Anerkennung erfuhr. Wer sich um jeden Preis einen Vorteil verschafft hat.Ich denke, es wäre mehr als schlau, genau da anzusetzen, wenn wir uns eine andere Qualität von Führungskräften wünschen. Spielkultur als Umgangskultur mit Werten und Tugenden betrachten würden, nicht nur als Überbrückung oder füllen von Zeit. Ich bin mal gespannt, was für eine Führungskultur aus den Display-Guckern wird. Die Jahre ihres Lebens immer am Rande saßen mit einem Spielgerät in der Hand und ausschließlich mit sich selbst und völlig fremden Welten beschäftigt waren. Was können wir von diesen Menschen erwarten? Oder anders gesagt, was müssen wir erwarten? Auflösung folgt.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:01

Mittwoch, 12. November 2008

Change

Der Wandel von der numerisch orientierten Wirtschaft zur gleichermaßen emotional orientierten WirtschaftWie vieler Beweise bedarf es denn noch? Wohin man schaut, fahren die numerischen Wirtschaftssysteme an die Wand. Zahlen geben eben nur Recht, wenn Sie gut sind. Gibt die Zahl mal nicht mehr Recht, dann kostet das zugleich den Kopf. Und der Glaube an das ewige Wachstum ist auch längst widerlegt. Wir haben ewiges Wachstum, weil wir alle paar Jahre so viel zerlegen, dass es danach nur noch bergauf gehen kann. Somit ist ein rein numerisches Wirtschaftssystem so etwas wie ein Kartenhaussystem. Immer mehr Karten wachsen immer höher in den Himmel und das immer schneller mit immer neuen Mitteln – bis es letztendlich einstürzt. Und dann beginnt das Spiel von vorne. Für ein von sich selbst sehr überzeugtes Wirtschaftssystem ist das ein ziemlich erbärmliches Fazit. Das Maß der Dinge, die "erste Welt", ist nicht mehr, als der Wahnsinn im Kartenhäuser bauen. Ohne Sinn und Verstand und ohne Zweck. Nur, damit wenige sich persönlich so bereichern können, dass für den Rest nicht mehr viel bleibt. Es ist eine Art Duldungsdemokratie. Man duldet diese Umstände, weil sie einem immer wieder versprechen, unglaublich erfolgreich sein zu können, ohne etwas wirklich leisten zu müssen.Somit ist das Grundverständnis von Wirtschaft, in Frage zu stellen. Welchen Sinn, welche Aufgaben haben Unternehmen, haben Börsen? Warum das Ganze? Welchem Zweck dienen Unternehmen? In welchem gesellschaftlichen Kontext stehen Unternehmen? Welcher Kultur fühlen sich Unternehmen verschrieben? Länder schaffen die Rahmenbedingungen für Unternehmen, politisch und wirtschaftlich. Aber wo bleiben alle anderen Aspekte? Alle emotionalen, gesellschaftspolitischen und kulturellen Aspekte? Man einigt sich nur auf der Basis von Zahlen. Alle Entscheidungen basieren auf Zahlen. Numerische Werte aller Art geben den Ton und die Richtung an. Was sich nicht in Zahlen ausdrücken lässt, gibt es nicht und behindert nur eine Entscheidung. Unserem Wirtschaftssystem, den Medien und der Politik, fehlt die zweite Gehirnhälfte, das andere Bein und der andere Arm. Das, was ist und was man trifft, stellt nur die Hälfte der ganzen Wirklichkeit da. Aber mit diesem Umstand kann keiner etwas anfangen. Er macht Angst. Man stelle sich mal vor, Unternehmen würden nach Sympathie bewertet in einem Index und wenn der Wert unter ein bestimmtes Maß fällt, dann hätte das ebenso Konsequenzen, wie ein schlechtes betriebswirtschaftliches Ergebnis. Oder der relevante Nutzen würde bewertet und wenn Produkte oder ganze Unternehmen unter einen gewissen Wert fallen, dann werden diese zur Konsequenz gezogen. Das Leben und die Wirtschaft besteht eben nicht nur aus einem Datum, einer Uhrzeit, einem Alter, einer Temperatur, einem Längen- und Breitengrad und einem Börsenkurs, sondern das ist nur die halbe Wirklichkeit. Wenn wir es schaffen würden, die andere Hälfte, also die emotionale, der numerischen hinzufügen und ins Gleichgewicht zu bringen, dann hätten wir eine Reihe von Problemen weniger. Und hätten uns den Titel "erste Welt" wirklich verdient. Die erste Welt, die als Vorbild für alle weiteren anzusehen ist. Also, für welche emotionalen Aspekte stehen Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen? Und was tun Sie dafür, dass genau diese sichtbar, spürbar und erlebbar sind? Und nicht nur irgendwo niedergeschrieben sind? Wie fühlen sich Ihre Kunden, Ihre Mitarbeiter, Zulieferer und alle anderen, die mit Ihnen in Kontakt kommen. Respektieren, schätzen und bewundern diese Sie. Und gilt dasselbe auch andersherum? Welches Klima herrscht in Ihrem Unternehmen? Oder ist es darum ebenso bestellt, wie um das Klima auf unserem Planten? Viele haben sich entfernt. Entfernt von dem, worauf es eigentlich wirklich ankommt. Und sie finden den Weg nicht mehr zurück. Deshalb gehen sie immer weiter in die falsche Richtung. Worum geht es jedem Einzelnen wirklich? Und warum orientieren sich die Ziele der Politik, Medien und Wirtschaft nicht daran? Warum kennen wir mehr, was uns unterscheidet und trennt, als das was uns verbindet? Warum bewerten und vergleichen wir ständig alles Mögliche, als es so zu akzeptieren, wie es ist. Und nutzen die Kraft und Energie, die wir für sinnloses bewerten und vergleichen vergeuden, nicht dazu, alles das zu verbessern, wo es sich lohnt, etwas zu verbessern.Wir können also Banken retten. Gut. Aber was ist mit den vielen Tieren, die wir nicht retten konnten? Was ist mit den vielen Leben, die wir nicht retten können? Was ist mit den vielen wichtigeren Aspekten, für die wir nur so wenig bis gar nichts tun konnten?Können wir wirklich nicht? Oder verhindert das System es? Mein Gefühl sagt mir, dass es an der Zeit ist, dass wir uns die Welt mit anderen Augen ansehen, mit denen der Emotionalität, Sensibilität, Einfühlungsvermögen und der Intuition. Wir müssen fühlen lernen, wo und wie es weiter geht. Wir müssen wieder lernen, auf unsere innere Stimme zu hören. Wir dürfen keine Kartenhäuser mehr bauen oder Luftschlösser, sondern wir müssen anfangen, echte Gebäude zu errichten, die ein Zuhause, ein richtiges Dach für eine Gesellschaft schaffen.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:59

Dienstag, 11. November 2008

Olmützer Quargel

Lange nicht mehr so gelacht. Ich war ein Wochenende in Prag, der goldenen Stadt. Da man in einer Stadt nicht am Strand liegen kann, bin ich wie jeder Tourist alle Varianten der Straßenbegehung auf und ab. Ohne dass mir der Fehler unterläuft, eine Straße aus Versehen 2x zu begehen. Es ist mir so gut wie fast gelungen. Solche Kulturgroßstädte kann man nur mit ordentlichen Laufschuhen aufsuchen, sonst ist man ausgeliefert. Aber schön. Eine wunderschöne Stadt mit ca. 54.787 Läden die voller Mitbringsel derselben Art sind. Und seltsam, es gibt ca. auch 2.557 Pizzerias. Und 50% der restlichen Geschäfte sehen und heißen genauso wie bei uns. Aber es gibt sie noch. Die unglaublichen Begegnungen, die einem für immer ins Gedächtnis gebrannt werden. Bei denen man dann doch merkt, dass man den gewohnten und eigenen Lebensraum verlassen hat, dass man an einem anderen Ort angekommen ist, dessen Lebensgeschichten und Lebenswege so anders sind. Das sind die Momente, in denen man einer anderen Kultur begegnet, in denen man etwas völlig Fremdes kennenlernt. Das sind die Souvenirs, die es sich lohnt im Gedächtnis mitzunehmen. Und die liegen in keiner Auslage dieser Läden, sondern diese Begegnungen muss man suchen, herausfordern. Und man muss da durch. Meine hieß Olmützer Quargel. Und ich hatte keinen blassen Schimmer, was das ist oder bedeutet. Trotzdem habe ich es bestellt. Weil ich mir so dachte, dass die Population dieser Menschen hier ja nicht vom Aussterben bedroht ist und somit muss dies ein Teil der Nahrungskette sein. Welcher? Das wusste ich natürlich nicht. Aber ich habe es getan.Und somit werde ich den Olmützer Quargel mein Leben nicht mehr vergessen.

Geschrieben von Christof Hintze in Weite Welt um 07:53

Optimismus, Zuversicht und Mut

Tatendrang. Leidenschaft. Haltung. Glaubwürdigkeit. Ideenreichtum. Umsetzungskraft. Willenskraft. Überzeugungskraft. Positiver. Energiegeladener. Verbundenheit. Gemeinschaft. Offenheit. Kommunikativer. Höflicher. Zuvorkommender. Zuhörer. Hinschauer. Nachfrager. Meinungsbildner. Neugieriger. Bereitschaft. Fähigkeit. Selbstkritischer. Mitreißender. Begeisterungsfähiger. Echter. Familiärer. Lustvoller. Gerechter. Sensibler. Durchsetzungsvermögen. Lernfähiger. Zugänglicher. Verbindender. Brückenbauer. Grenzenzieher. Humanist. Gesünder. Würdevoller. Lebendiger. Unterhaltsamer. Eingreifender. Zupackender. Gebildeter. Mitmachender. Fantasievoller. Vorstellungskraft. Grenzgänger. Freundschaftlicher. Neudenker. Aufhörer. Loslasser. Teiler. Weitergeber. Annehmer. Zuverlässiger. Interessierter. Verantwortlicher. Es ist nicht so, dass der Mensch perfekt ist oder wäre. Es gibt immer etwas, woran er arbeiten könnte. Die Frage lautet nur: Warum, wenn alle negativen Eigenschaften Konjunktur haben? Somit ist eine Konjunkturspritze eine weitere Spritze für die falschen Eigenschaften und Werte. Es ist schon bezeichnend, es „Spritze“ zu nennen, wie bei Heroin-Abhängigen, denn die Konsumsucht lebt vom Konsumrausch. Und die erhält der Süchtige mit Hilfe einer Spritze. Es wäre an der Zeit und stände uns gut, wenn wir unser Konsumsuchtverhalten mal ins Auge fassen würden, thematisieren und behandeln würden. Denn es gibt ein Leben und eine Welt neben der Sucht. Wie ich meine, ein erstrebenswertes und wesentlich schöneres Leben. Aber offensichtlich sind wir noch nicht so weit.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:51

Mittwoch, 5. November 2008

Can we?

Ein Supertag, ein tolles Gefühl. Nach acht endlos langen Bush Jahren, wurden Ypsilantis Lügengeschichten kurz vor knapp gestoppt. Und der Sohn eines kenianischen Einwanderers fand Kennedys Schuhe und stürmte darin mit Siebenmeilenschritten auf den höchsten Gipfel.
Warum ich diese Ereignisse in einem Atemzug nenne? Weil sie mir etwas deutlich machen. Während in den USA noch immer mit Pathos, mit Seele und mit Herz das große Ganze beschworen wird, geht es in unseren fortschrittlichen Bundesländern doch immer nur um den Sesselerhalt eines kleinen Provinzfürsten, sei es in Hessen, in Bayern oder demnächst in einem anderen Theater.
Als Hubertus Heil, der war mal so etwas wie SPD Generalsekretär - oder ist er es immer noch? - egal, als er kürzlich auf einem Parteitag „Yes, we can!“ in den konsternierten Saal rief, da wurde doch die ganze Peinlichkeit deutlich. Wir können eben nicht.
Jeder, der bei uns seine Position mit etwas mehr Begeisterung als eine gehämmerte Büroklammer vertritt, wird doch mehr als argwöhnisch angesehen. Wer eine Idee entwickeln will, sollte gleich seinen Kulturbeutel packen, den er in der Isolation braucht und wer gar eine Vision an eine Wand malen will, wird bestenfalls als Graffitisprayer eingebuchtet.
Heimlich haben wir natürlich überwiegend mit Obama mitgefiebert. Aber öffentlich frohlocken? “Bei uns am Tisch werd’ fei ned g’redt oder g’lacht!“wird dem beschieden, der fragt, ob da noch ein Platz frei sei.
Nein, ein Platz ist bei uns selten frei - und wenn nur ungern. Und können? Können tun wir schon gleich gar nichts.
Was uns fehlt, ist schlicht die Euphorie, das Träumen und das Schwärmen!
Und diejenigen, die uns träumen und schwärmen lassen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Fight-Club um 22:00

Donnerstag, 30. Oktober 2008

Stell dir vor

Deine Gedanken wären zu 80% auch die Gedanken aller Menschen um dich herum. Und nur 20% wären wirklich deine eigenen Gedanken. Also, wenn man zum Beispiel viel an nackte Tatsachen denken würde, so viel, dass es einem schon selbst auffällt, dann denkt man doch unweigerlich, nur man selbst denkt in der Häufigkeit und Dichte an das Thema. Was, wenn das alle um einen herum auch tun? Mein Gott wie peinlich. Oder man malt sich mal wieder aus, wie es ist, wenn man 5,3 Millionen Euro im Lotto gewinnt. Was man dann macht mit dem Geld. Oder über Ängste. Jetzt stellen wir uns mal vor, dass 80% der Ängste, die uns mehr oder weniger beschleichen, von anderen Menschen genauso wahrgenommen werde. Dass verrückte Gedanken, wenn diese mal abschweifen oder sich verselbstständigen, von anderen Menschen ebenso gedacht werden. Dass das, was man im Zug denkt oder im Meeting, sich ebenso bei anderen im Kopf abspielt. Wenn alles, was sich im eigenen Kopf abspielt, sich zu 80% auch in allen anderen Köpfen abspielt. Nein, das möchte ich mir dann doch nicht vorstellen. Es gibt Dinge, die will ich mir nicht vorstellen, auch wenn ich insgeheim weiß, dass diese sich so oder anders abgespielt haben müssen. Es gibt eine Reihe von Vorstellungen, über die ich mir keine Gedanken machen will und auch das könnten alle denken. Mein Kopf gehört mir, gilt also nur zu 20% mehr oder weniger. Und nicht mal das ist sicher. Denn wenn wir alle in derselben Umwelt leben, warum sollte im Kopf ein völlig anderer Film ablaufen? Die Vorstellung, dass bestimmte auch öffentliche Personen, eine zum überwiegenden Teil übereinstimmende Gedankenwelt haben, wäre doch – beängstigend. Warum sollten Menschen, die genau so sozialisiert sind wie man selbst, in völlig anderen Gedankenwelten leben? Das klingt zwar beruhigend aber unlogisch.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 08:22

Montag, 27. Oktober 2008

Der letzte [Werbe-] Romantiker

Ich weiß, wie Jamie Oliver sich fühlt, wenn er in Schulen, Kindergärten und Universitäten diesen schrecklichen Fraß vorgesetzt bekommt. Oder wenn Helmut Schmidt aus Versehen an einem Vormittag die Fernbedienung vom Fernseher in Gang setzt und er schockiert wahrnimmt, was sich da auf dem Bildschirm abspielt. Oder was Sir Simon Rattle durch den Kopf geht, wenn er das Gedusel im Supermarkt oder im Fahrstuhl hört. Entschuldigung, wenn der Eindruck entsteht, ich würde mich mit diesen Personen auf eine Stufe stellen oder vergleichen wollen. Nein, das wollte ich nicht. Ich wollte nur eine Analogie schaffen zu dem, was mich täglich beschäftigt. Ich bin ein Qualitätsromantiker unterwegs in Sachen Kommunikation. Ich mag eigentlich Werbemittel und -maßnahmen nicht, aber ich liebe es, wenn Kommunikation funktioniert und seine Wirkung entfaltet. Wenn man mit so wenig wie nötig, so viel wie möglich erreicht. Wenn das reduzieren, konzentrieren zur Manie wird. Wenn man an einer Idee festhält und diese konsequent umsetzt. Wenn man die Fähigkeit und Bereitschaft und Leidenschaft mitbringt, durchzuhalten, abwarten zu können. Wenn man in erster Linie in Wirkung denkt und nicht in Machbar, Verkaufbar. Wenn man nicht in Mundgerecht und DIN Formaten denkt sondern ausschließlich in Wirkungsfeldern. Mit welchem Mittel der Kommunikation kann man eine Botschaft transportieren. Und zwar zu den Richtigen und so, dass es auch im Sinne einer gewünschten Wirkung eine Handlungskette auslöst. Oder zumindest eine Bewusstseinsreaktion. Die dann zu einer Handlungskette führt. Oft sitze ich vor meinem A3 Block und skizziere Ideen mit dem Bleistift. Meine Ideen entstehen noch ausschließlich in meinem Kopf und mir genügt ein weißes Blatt Papier und ein Bleistift. Der Moment, in dem alle Überlegungen und Informationen sich ineinander verschlingen und daraus plötzlich ein Gedanke entsteht, der anfängt alle anderen Gedanken zu überstrahlen und sich somit als Idee zu erkennen gibt. Und dann über meinen Kopf, die rechte Schulter hinunter in meine Fingerspitzen fließt und sich in einem Gekritzel erstmals Ausdruck verleiht auf diesem Blatt Papier. Einfach wunderbar und erhaben. Für diese Momente lebe ich diesem Beruf. Wenn alle nicht wissen, wie es weiter geht, wie es aussieht, wie es sein soll und ich mit ein paar Strichen Entspannung in die Gesichter zaubern kann. Es ist immer wieder überwältigend für mich. Mit wie wenig man wie viel erreichen kann. Von diesen Momenten kann ich nicht genug bekommen. Am liebsten würde ich nur an meinem Schreibtisch sitzen mit meinem A3 Block und meinem Bleistift und Anspitzer und für komplexe Aufgaben eine Idee nach der anderen meinen Fingerspitzen entlocken. Und dann mit der Umsetzung nichts weiter zu tun zu haben. Aber der Wunsch wird wohl nie in Erfüllung gehen. Denn eines musste ich schmerzlich lernen, die Idee ist nur so gut wie ihre Umsetzung. Auch wenn es eine gute ist. Gerade dann hat sie es verdient, angemessen realisiert zu werden. Und dafür kann man nur selbst verantwortlich sein. Das ist der Nachteil. Das begrenzt mein Wirken sehr. Denn die Menge ist dadurch begrenzt. Ich spüre, wenn es zu viel wird und wenn es zu wenig ist. Und das ideale Maß begleitet mich nur ab und zu. So ist das nun mal, wenn man Qualitätsromantiker ist. Was man anfängt, muss man auch zu Ende bringen.Alle, die nicht mit der Leidenschaft an die Sache gehen, die können natürlich fast endlos reproduzieren, das ist wie Pizza auftauen. Oder die Pour Elise im Fahrstuhl.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 09:29

Freitag, 24. Oktober 2008

Das amerikanische Finanzsystem - Ein Erklärungsversuch.

Chuck und sein GaulDer junge Chuck will mit einer eigenen Ranch reich werden. Als Anfang kauft er einem Farmer ein Pferd ab. Er übergibt dem Farmer seine ganzen 100 Dollar und dieser verspricht, ihm das Pferd am nächsten Tag zu liefern.Am nächsten Tag kommt der Farmer vorbei und teilt Chuck eine schlechte Nachricht mit: "Es tut mir leid, Kleiner, aber das Tier ist in der Nacht tot umgefallen." Meint Chuck: "Kein Problem. Gib mir einfach mein Geld zurück. "Geht nicht", eröffnet ihm der Farmer. "Ich habe das Geld gestern bereits für Dünger ausgegeben."Chuck überlegt kurz. "Na dann", fängt er an, "nehme ich das tote Biest trotzdem.""Wozu denn?" fragt der Farmer."Ich will es verlosen", erklärt ihm Chuck. "Du kannst doch kein totes Pferd verlosen!", staunt der Farmer. Doch Chuck antwortet: "Kein Problem! Ich erzähl' einfach keinem, dass es schon tot ist..."Monate später laufen sich Chuck - fein in Anzug und schicken Schuhen - und der Farmer in der Stadt über den Weg. Fragt der Farmer: "Chuck! Wie lief's denn mit der Verlosung des Pferde-Kadavers?""Spitze", erzählt ihm Chuck. "Ich habe über 500 Lose zu je 2 Dollar verkauft und meine ersten 1'000 Dollar Profit gemacht.""Ja... gab's denn keine Reklamationen?""Doch - vom Gewinner", sagt Chuck. "Dem habe ich dann einfach seine 2 Dollar zurückgegeben."Heute verkauft Chuck strukturierte Finanzprodukte bei ....

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 08:59

Dienstag, 21. Oktober 2008

Willkommen im Land, in dem jeder die Flöhe husten hört

Was kann einem kollektiv pessimistischen Land Schöneres und Dankbareres passieren, als das, was die Finanzwelt da auf dem silbernen Tablett präsentiert. Die Nachrichten fliegen wie Tauben in den Mund.Und da sitzen sie dann in den Redaktionen und in den Talkshows, Sondersendungen, Specials, Extras und Sonderausgaben und können ihren Pessimismus in epischer Breite wie einen Kuchenteig genüßlich ausrollen. Und diese Betroffenheit. Diese unglaubliche Betroffenheit. Diese Anklagen. Diese Plädoyers. Dieses Abrechnen. Dieses geballte Wissen. Dieses, Wege aus der Krise aufzeigen. Dieses unendliche Beschreiben des eigentlichen Problems. Dieses ewige Zusammenfassen und auf den Punkt kommen. Oder diese vielen, die noch mal an die Stelle zurück wollen, oder einen Gedanken aufgreifen und weiterführen. Dieses ungläubige endlose Kopfschütteln und Schulterzucken. Diese verschränkten Arme vor der Brust. Dieses insgeheim, ich habe es ja immer gewusst. Das Richtigstellen. Das historische Heraufbeschwören. Dieses Schwarzmalen. Diese schweren Bedenken. Dieser dunkle Tunnel ohne Licht. Die Schuldigen immer und immer wieder benennen. Diese große Ungerechtigkeit. Die Empörung. Die Ungläubigkeit. Diese Fachmänner. Die Analytiker. Die Warnungen. Dieses unglaubliche schlechte Gewissen, das sich ausbreitet wie eine Schlechtwetterfront, die aufzieht. Die Ausweglosigkeit. Die Hilflosigkeit.Auf allen Seiten. In allen Blättern. Auf allen Kanälen. Der Dax rauf und runter. Talfahrten. Hoffnungsschimmer zertreten. Es ist die schönste Jahreszeit aller Zeiten für Pessimisten. Eine solche Vorlage von historischem Ausmaß muss man nutzen, darin muss man sich einfach suhlen. Und wie schön, wie dankbar, man kann den Amerikanern so wunderbar einen mitgeben. Haben wir es nicht immer schon alle gewusst, dass wir die besseren Amerikaner sind? Die Blüte der Pessimisten. Nach der Steinzeit, der Eiszeit, der Bronzezeit, der Eisenzeit, der Atomzeit und der Digitalzeit nun die Pessimistenzeit.Darf ich mit einem berühmten Sprichwort diesen Monolog beenden: Der Pessimist ist der einzige Mist, auf dem aber auch gar nichts wächst. Einen habe ich noch: Treffen sich ein Optimist und ein Pessimist. Sagt der Pessimist, also mal ehrlich, schlimmer als das alles kann es nicht werden. Antwortet der Optimist: Und ob. Und noch ein kleiner Hinweis in eigener Sache. Wenn ich in den zurückliegenden Jahren nur einen einzigen Tag mit der Einstellung an das herangegangen wäre, was vor mir lag, wäre ich sicher sofort und mit Recht gescheitert. So geht das nicht. So wird das nichts. Aber es ist die Hoch-Zeit der Pessimisten, da muss der Optimist die Füße unterm Tisch ruhig halten und den Ball flach spielen. Denn niemand in dieser Landschaft möchte jetzt ernsthaft hören: Auch das geht vorüber. Das will keiner hören. Erst am Ende der Ausweglosigkeit wird es wieder die Aufgabe der Optimisten sein, das Ding wieder in die richtige Richtung zu drehen. Erst wenn die letzte Energie verpufft ist, dann braucht es neue und positive Energie. Und die kommt sicher nicht von denen, die ständig und überall die Flöhe husten hören. Ganz sicher nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 13:01

Montag, 20. Oktober 2008

Die fehlende Bindung

Verbundenheit. Es klingt furchtbar, ich weiß. Und es klingt auch ein wenig nach: Früher war alles besser. Aber was soll man machen? Ich beobachte es tagtäglich. Die Menschen machen das, was sie tun, für Geld und zum Großteil nur noch für Geld. In Zeiten wie diesen ist dies kein Wunder. Das Leben ist teuer und das gute Leben fast unbezahlbar. Wem will man also wirklich verübeln, wenn er sich auf das konzentriert, worauf es offensichtlich ankommt.Das Material Mensch, als Werkzeug, hat sich verändert. Die Qualität dieses Werkzeuges hat sich verändert. Das ist so wie mit den Werkzeugen bei Discountern. Die gieren nur danach, gekauft zu werden, nicht wirklich zu funktionieren und den eigentlichen Zweck zu erfüllen.Wenn diese Tendenz weiter geht, wer soll dann alles das machen, was einer gewissen Leidenschaft bedarf? Wenn man sich in das Thema, die Materie förmlich hineinbohren muss. Wenn man sich persönlich auf ein Thema einlassen muss. Wenn Erfahrungsschatz gefragt ist. Präzision. Genauigkeit. Ohne Verbundenheit mit dem, was man tut, kann das unmöglich gelingen. Man kommt so nie von der Insel der Oberflächlichkeit herunter. Es gibt keinen Weg, keinen Weg, etwas exzellent zu machen, wenn man diese Art von Verbundenheit nicht mitbringt. Schade.Die Menschen werden sie im ersten Augenblick nicht vermissen, die vielen Dinge, die umso vieles besser sind als alles andere. Aber die Welt, die Kultur wird ärmer, wenn wir das Bestreben nach Verbesserung verlieren, den Mut zur Erneuerung. Wenn wir alles das, was wir zwischen 9 und 5 nur noch für Geld tun und nicht mehr für einen besseren Grund, dann hat das Konsequenzen. Die Menschen identifizieren sich nicht mehr mit der Materie. Diese Loyalität werden wir vermissen. Das gegenseitige Antreiben. Aber was ich am meisten vermisse und vermissen werde, ist die Gemeinschaft und die Verbundenheit. Denn wenn es nur noch um das Geld geht, das wir verdienen müssen, um im System zu bestehen, dann wird das als erstes auf der Strecke bleiben. Ganz sicher.Um es mit einer einfachen Formel auszudrücken: Geld wird völlig überbewertet. Wenn man zu wenig davon hat und wenn man zu viel davon hat. Das ist wie mit Schönheit. Als ob nur schöne Menschen glücklich werden können. So ein Quatsch. Was ist schön? Der Status von Geld ist völlig überhöht. Menschen töten für Geld. Das muss man sich mal vorstellen. Menschen entwickeln alle möglichen negativen und kriminellen Energien nur, um an Geld zu kommen. Alles rechtfertigt der Wohlstand. Der Weg, die Mittel dorthin sind völlig egal. Ich bin eben ein Qualitätsromantiker. Das gilt für Arbeits- und Lebensqualität gleichermaßen. Ich bin einfach zu interessiert, als dass ich mich mit Oberflächlichkeit zufrieden geben will. Und ohne dass ich es bemerke, fällt mir rückblickend auf, wie ich allem ausweiche und entweiche, was mir nicht dieses schöne Gefühl der Verbundenheit mit Qualität zuteil werden lässt. Egal was. An Stellen, an denen ich physisch spüre, dass es nur um Geld geht, fühle ich mich einfach nicht wohl. Denn Geld hat keinen Wert. Mit Geld kann man aber Werte schaffen. Begehrenswerte sogar.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 11:32

Sonntag, 19. Oktober 2008

POS

Am Freitag gehe ich bei strahlend stahlblauem Oktoberhimmel vom Parkhaus aus in den ersten Stock eines Bauhauses, um durch das Treppenhaus nach unten zu gelangen. Da gerate ich vor Schreck fast ins Stolpern. Sind hier oben im sanften Halbdunkel doch normalerweise etliche, harmlose Kaminöfen ausgestellt. Aber heute? Heute blinken mich kitschig bunte Lämpchen aus weißem Kunstschnee von Plastiktannen so surreal an, dass ich kurz die Orientierung verliere.Draußen, nicht vom Walde her kommend, sondern aus Nymphenburg, wo die herrlichsten Oktoberkastanien, Ahornbäume und Eschen in allen Farben des Bavarian Summers leuchten, dass das Herz lacht und die Kinder aufgeregt ihre gesammelten Kastanien heim schleppen, um daraus Männchen, Schiffe oder Tiere zu basteln. Und jetzt das?!Fassungslos stehe ich vor dieser unsagbar geschmacklos und viel zu früh auf Weihnachtskonsumrausch gebürsteten Marketingstrategie und hätte nur den Wunsch, selbst wenn ich zum Überleben den letzten Kaminofen seiner Art hier bekommen hätte, diesen Ort grauenvoller Vermarktung so schnell wie möglich hinter mir zu lassen und nie wieder betreten zu müssen. Dabei lehrt es doch alle Theorie: Da der Konsument seine Kaufentscheidungen überwiegend aus dem Bauch heraus trifft, wenn er nur erst am Point of Sales eingetroffen ist, müssen wir lediglich seine Rezeptoren subtil reizen und er wird das tun, wozu er da ist: Konsumieren.“Subtil reizen“, lehrt das Neuromarketing. Nicht mit dem Vorschlaghammer kämmen, auch wenn für manche Marketingleute jedes Problem wie ein Nagel auszusehen scheint, weil sie nur diesen zur Verfügung haben. Ich habe bisher die Meinung vertreten, meine Kunden schreie ich nicht an. Heute wird dem Lead sogar absichtlich mit dem Hinterteil ins Gesicht gesprungen. Warum tun die das? Tragen die Besucher jetzt die Kaminöfen weg wie die berühmten warmen Semmeln? Das werde ich beobachten.Auch in den verschiedenen Supermärkten stehen bereits seit gefühlten einundeinhalb Monaten Paletten mit Spekulatien, Lebkuchen und Nikoläusen im Weg und zeugen vom schlechten Geschmack der Marketingabteilung und der missverstandenen Theorie des verführbaren Verbrauchers. Aber sie stehen wenigstens nur im Weg und springen mich nicht an. Wenn auch Weihnachtsmänner an einem warmen Septemberabend, den ich im Biergarten zu verbringen gedenke, meine Rezeptoren nicht wirklich anregen können.Ich achte mal darauf, ab welchem Tag ganz subtil "Jingle Bells“ zugeschaltet wird. Das sagt zwar nichts aus über den Verbraucher, eine Menge allerdings über den, der den Knopf drückt. Also, wenn schon antizyklisch, dann richtig. Warum nicht jetzt mit den lieben kleinen Osterhasis dem Verbraucher Frühlingsgefühle vermitteln und dafür das Lametta im Juli aus dem Speicher holen? Das wäre doch wenigstens mal eine Aussage.Ich werde mir morgen eines dieser hoffentlich nicht zu sehr verstaubten, ausgestellten Lebkuchenpakete mitnehmen und es dann Heiligabend öffnen, nur um zu testen, ob die Dinger dann wirklich noch essbar sind. Zahnarztrechnungen darf ich dann wohin schicken? In diesem Sinne: Fröhliche Weihnachten zusammen!

Geschrieben von Kai Falkenberg in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 17:00

Freitag, 17. Oktober 2008

Warum?

Dumme Frage. Weil es so ist. Die eigentliche Frage lautet „Warum nicht anders?“ Keine so dumme Frage. Weil niemand einen anderen Weg sieht, kennt oder überzeugt ist, dass es einen anderen gibt. Weil er nicht weiß, wie es anders geht. Weil er keinen anderen Weg beschreiten kann, soll oder darf. Weil es ihm zu viel Arbeit ist, einen anderen Weg einzuschlagen. Weil er das Ungewisse auf einem neuen Weg befürchtet. Weil ihm nichts einfällt. Weil er keine Zeit dazu hat. Weil er sich an seine Vorstellungen klammert. Weil der neue Weg nicht von ihm ist. Weil der neue Weg sich noch nicht bewiesen hat. Weil es alle anderen auch so falsch machen. Weil man nicht der Erste sein will. Weil man es nicht anders gelernt, gemacht, beigebracht bekommen hat. Weil man sich nicht durchsetzen kann. Weil man darauf wartet, dass jemand sagt, dass es losgeht. Weil man es sich eigentlich bequem gemacht hat. Weil keiner 100-prozentig weiß, ob der neue Weg denn auch der Richtige ist. Weil man es einfach nicht versteht, sich aber nicht traut es zuzugeben. Weil man nie weiß, wann der richtige Zeitpunkt ist, einen neuen oder anderen Weg einzuschlagen. Weil man befürchtet, für einen neuen Weg die falsche Truppe zu haben. Weil man große Bedenken hat. Weil man gehört hat, dass der Weg eventuell gefährlich sein könnte. Weil man mit dem alten schlechten Weg besser klar kommt, als mit einem neuen, ungewissen. Weil man einfach Angst hat, Neuland zu betreten. Weil man nicht die Verantwortung dafür übernehmen will. Weil man die Entscheidung unentwegt vor sich her schiebt. Wie man sieht, gibt es viel mehr gute Gründe, alles beim Alten zu lassen, auch wenn es nicht läuft wie gewünscht, als neue Wege zu beschreiten. Nur für den Fall, dass sich jemand die Frage wirklich stellt „Warum?“ und „Warum nicht anders?“ Der Mut zur Veränderung ist wesentlich kleiner, als die große Angst, sich von alten Vorstellungen verabschieden zu müssen. Also, lieber weiter so.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 10:47

Donnerstag, 16. Oktober 2008

Klingt komisch, ist aber so

Ich beobachte Menschen. Oft und gerne. Natürlich hoffe ich, dass diese das nicht bemerken. Ob dem so ist, weiß ich nicht. Aber man erlebt und lernt viel, wenn man ganz in Ruhe andere Menschen beobachtet. Da gibt es morgens jemanden im Zug, der die ganze Zugfahrt damit ausfüllt, dass er ein unglaubliches Ritual von Anfang bis Ende durchführt. Seine Zugfahrt ist minutiös verplant, so dass er nicht einen Moment der Ruhe ertragen muss. Das ist so etwas von abgefahren, dass ich es einfach erzählen muss. Der Mann frühstückt jeden Morgen im Zug. Und zwar so umfangreich und ausführlich, dass es einem sofort auffällt. Warum frühstückt er nicht zu Hause? Und er macht immer exakt dasselbe. Jeden Tag. Jede Woche. Jeden Monat. Jahr ein, Jahr aus. Vom Müsli zubereiten, Obst schälen über Knäckebrot schmieren und belegen bis zu dem Zeitpunkt, an dem er sein opulentes Zugfrühstück beendet und auf die Toilette geht. Immer im exakt selben Moment. Um sich dann zum Abschluss noch die Hände einzucremen.Er hat bei dem Ganzen eine Geschicklichkeit entwickelt, die bewundernswert ist. Denn er macht das alles auf seinem Schoß. Es ist alles perfekt vorbereitet. Sicher macht er das schon den Abend zuvor. Jeder Handgriff sitzt. Nichts fällt herunter. Nichts geht daneben. Wie andere eine Bergwand erklimmen, so frühstückt der Mann im Zug. Auf engstem Raum. Und wenn er dann seine Jacke anzieht, kommt der Zug genau 2 Minuten später im Bahnhof an. Wahnsinn. Im wahrsten Sinne des Wortes. Dann steigt er aus. Und er hat es auch an diesem Tag fertig gebracht, sich die ganze Zugfahrt über zu beschäftigen. Und das 100% wie am Tag zuvor und die vielen Tage davor.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 18:55

Mittwoch, 15. Oktober 2008

Human Marketing & Balance Marketing

Schon 1994 habe ich meine damaligen Mitgesellschafter mit einer These konfrontiert, dass es etwas nach dem reinen Kapitalismus geben wird. Dass dieser ebenso zum Scheitern verurteilt ist, wie der Kommunismus. Auch die Verbindung von sozialer Marktwirtschaft, Demokratie und dem Kapitalismus wird sich auf Dauer verändern und weiterentwickeln müssen.Mein Gedanke ist so einfach wie banal. Es gibt kein ewiges Wachstum. Somit folgt dem Wachstum der Preis- und der Werteverfall. Was zur Folge hat, dass der Kapitalismus immer absurdere Wachstumsformen hervorbringen wird, weil er sich alleinig aus dem Wachstum nährt.Das erschien mir unlogisch und hatte in meiner Vorstellung dazu geführt, mir Gedanken darüber zu machen, was wohl danach kommt. Ewiges Wachstum in rein materieller Form ist für mich so undenkbar, weil es in der Natur kein Beispiel für mich gibt, welches ewiges Wachstum beweist. Warum soll dem Menschen etwas möglich sein oder gelingen, was der gesamten Natur bis jetzt unmöglich war und so wie es aussieht, unmöglich bleibt.Somit sind die Eskapaden der Wirtschaft nur Ergebnis dessen, was ich seit Jahren in meinem Kopf hatte. Meine Lösung lautete Human- und Balance-Marketing. Dabei geht ist im Kern darum, den materiellen Werten emotionale Werte gleichberechtigt gegenüberzustellen. Dass z.B. Gewinn nicht nur aus einer Zahl besteht, sondern auch aus einem Gefühl und Zeit und Anerkennung und Glück und so weiter. Dass Umsatz nicht nur das Vermehren von Zahlen und Waren ist, sondern auch das Vermehren von Verbindungen, Verbundenheit und weiteren Aspekten.Das hörte sich für viele zu unrealistisch an. Die Vorstellung, das System könnte sich verändern oder kippen, war unvorstellbar. Seit Jahren schreibe ich nun schon über Balance- und Human-Marketing. Ich lebe das in meinem Unternehmen vor und auch meinen Kunden. Unablässig bin ich auf der Reise, um Vermittler zwischen diesen beiden Welten zu sein. Mit mäßigem Erfolg. Das schnelle Geld, es mit Halbwissen weit schaffen oder der clevere Deal auf Kosten anderer sind immer noch für viele attraktiver. Den Kunden austricksen, lautet oft die Devise. Nicht, den Kunden verantwortungsvoll für sich gewinnen, Verbundenheit erzeugen und pflegen.Geld muss sofort mehr Geld machen, viel mehr. Das kann auf Dauer nicht gut gehen. Nach dem Wachstumsmarkt kommt bekanntlich der Verdrängungsmarkt. Und wenn diese Mechanismen anfangen zu mahlen, dann bleibt von einem Markt am Ende nichts Gesundes und Verwertbares übrig. Wertschöpfung kann man letztendlich nur aus Werten erzielen. Und den rationalen wie emotionalen Werten muss eine Wertschätzung gegenüber stehen. Und daran fehlt es. Aber der Mensch ist erst bereit, Neues oder Anderes anzunehmen, wenn der Leidensdruck unerträglich ist. Somit scheine ich meinem Ziel etwas Human und Balance in die Gesellschaft zu bringen, ein gutes Stück näher zu kommen. Und das Schöne daran, ich muss nichts dafür tun, den Gefallen tun mir andere.

Geschrieben von Christof Hintze in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 08:03

Dienstag, 14. Oktober 2008

Halbe-Halbe

Erfolgreiches Marketing setzt sich aus zwei Hälften zusammen. Der emotionalen Hälfte und der rationalen Hälfte. Wenn beide ideal zusammenwirken, dann ist der Erfolg kaum zu verhindern.Aber diese Harmonie ist sehr selten. Warum? Weil zumeist eine Seite ein Übergewicht hat und somit die andere Seite unterdrückt und nicht zur Entfaltung kommen lässt. Das Zusammenspiel ist gestört oder nicht möglich.An Stellen, an denen die Marke, die Bekanntheit, die Sympathie, das Begehrenswerte, alle emotionalen Aspekte zum Vorschein treten müssen, ist dies oftmals nicht möglich. Weil der Ratio-Seite dieselbe fehlt. Ebenso können der Nutzen, die Information, die Argumente, die Beweise und alles weitere, was der Ratio folgt, nicht zur Entfaltung kommen, wenn jemand hier keinen Zugang hat. Der Versuch mit rein rationalem Marketing erfolgreich zu sein, ist ebenso zum Scheitern verurteilt, wie der Versuch, mit rein emotionalem Marketing erfolgreich zu sein. Beides und der passende Übergang müssen genau ineinandergreifen.Warum ist das so und warum ist das so schwer harmonisch zu realisieren? Weil beides selten in einer Person zusammenkommt oder weil diese beiden Personen selten zusammen kommen und sich ergänzen. Es ist sehr schwer, ein Vertrauen zwischen diesen beiden Welten herzustellen, geschweige denn Brücken zu bauen. Denn in der Regel zieht sich jeder auf seine Standpunkt zurück. Somit ist das Ziel, diese beiden Kräfte zusammen zu bringen und zu harmoniseren. Eine schwere Aufgabe. Ich arbeite seit 20 Jahren daran, Kunden zu überzeugen, meine Qualitäten der emotionalen Art für ihre rationalen Argumente zu nutzen. Rückblickend muss man sagen, nur wenige können sich vertrauensvoll fallen lassen. Das braucht Zeit, gute Argumente und ein noch besseres Gefühl.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 18:47

Montag, 13. Oktober 2008

Was schicken die einem da alles?

Ich bin so weit. Ich bin so weit, dass ich mein Konsumverhalten danach ausrichte, wie wenig mir der Hersteller auf deutsch gesagt "auf den Sack geht". Je weniger, desto größer die Chance, dass ich vom Interessenten zum Käufer werde. Neben lästigen Kundenkarten, Sonderangeboten, Aktionswochen, Kundebefragungen und Gewinnspielen gibt es noch eine Seuche – Newsletter. Denkt denn jeder Hersteller da draußen, er ist alleine auf der Welt? Was glauben die, welche Informationen wirklich von Nutzen sind? Ich lese aus Prinzip keine Newsletter, die per E-Mail kommen. Ich ärgere mich lieber darüber, dass wieder drei oder vier in mein Postfach gerutscht sind. Warum informiert mich jemand unaufgefordert, wenn ich gar nicht informiert werden will. Ständig diese Flut von unwichtigen Informationen. Dabei komme ich an jede Information, wenn ich will. Zwar meist ebenso unqualifiziert wie die Informationen in den Newslettern, aber was soll es. Mich machen die wahnsinnig. Wie jeder Hersteller da sitzt und felsenfest davon überzeugt ist, dass genau sein Newsletter auf fruchtbaren Boden fällt. Dieses Impuls-Gelaber, dass man so einen Kaufimpuls setzt und die Leute dann aufgrund des Newsletters plötzlich völlig unüberlegt Dinge kaufen, die sie mehr oder weniger brauchen. Was ist das denn für ein Anspruch, dem Kunden nichts verkaufen zu können und deshalb unterjubeln zu müssen. Was für ein winziges Selbstwertgefühl, sich nur über die Hintertür zum Kunden vordrängeln zu können. Und viele machen da auch noch mit. Ich behaupte mal, dass die erfolgreichsten Unternehmen der Welt das alles nicht nötig haben. Denn die haben in den Magnetismus ihrer Marke investiert. Welcher eine Anziehungskraft bewirkt, die ohne diese ganzen kleinen Hintertüren auskommt. Weil der Kunde gerne selbst durch die Vordertür geht. Denkt mal drüber nach.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 19:10

Freitag, 10. Oktober 2008

herbstbaeume

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 18:17

Donnerstag, 9. Oktober 2008

dolomiten oktober 2008

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 20:58

Makita

Kann man eine Liebeserklärung an einen Akku-Bohrschrauber machen? Eigentlich nicht. Oder? Aber ich versuche es trotzdem mal. Im Laufe der Zeit hält man relativ viel Werkzeug in seinen Händen. Erst das vom Vater und Opa. Dann das erste eigene. Das von Freunden und Bekannten. Das Werkzeug verändert sich um einen herum, je nach Anspruch und Lebensphase. Ich bin an einem Punkt angekommen, an dem es mir körperliche Schmerzen bereitet, wenn ich beim Wesentlichen – beim Werkzeug – Kompromisse machen muss. Wenn Menschen von der Aldi-Heckenschere schwärmen oder dem Schlüsselsatz für 4,99 EUR. Da wird mir ganz anders. Übel würde ich sagen. Diese Entwicklung führt so weit, dass man freiwillig sein altes Werkzeug verliert. Oder verleiht, ohne die Absicht, es jemals zurück zu verlangen. Nur, um sich den Traum von richtigem Werkzeug zu erfüllen. Da gibt es z.B. einen Akku-Bohrschrauber von einem Hersteller Namens Makita, der da heißt BDF 452RFE, mit Lithium-Ionen Batterie. Ich möchte nicht mehr dazu sagen, als wer solches Werkzeug sein eigen nennen darf, der muss ein glücklicher Mensch sein, wenn es um das Handwerk geht. BDF – ist das nicht ein Zufall oder ein Ding. Das sind zufällig genau die Initialen des Menschen, der mir näher steht als alle anderen. Zufall? Glaub ich nicht. Das ist ein Zeichen. Das Ding liegt so was von ausgewogen in der Hand und ist im Rechts- und Linkskauf leicht zu bedienen. Hat dabei eine Kraft und Ausdauer, dass man manchmal denkt, wäre ich doch so ein Akku-Bohrschrauber. Vor allem hat er hat eine Lampe unter dem Bohrfutter, die auch im Dunkeln, bei Schatten oder wie immer gearteten schlecht beleuchteten Umständen, das Ziel hell erleuchtet ins Visier nimmt. Erst wird man belächelt, aber jeder, der einmal mit ihm gearbeitet hat, hat ein Problem und eine Frage: Wo gibt es den?Natürlich macht exzellentes Werkzeug noch keine exzellente Arbeit. Aber die Voraussetzungen von Seiten des Werkzeugs sind schon mal als exzellent einzustufen. Was die andere Seite kann oder nicht kann, dafür kann der Makita ja nichts. Aber schon traurig, wenn so etwas in völlig unbegabte Hände gerät. Oder sein Dasein ungenutzt im Dunkeln des Werkzeugkellers fristen muss. Er hat was Besseres verdient.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 20:00

Die nächste Blase bitte hier hin

Das mit den Blasen erlebe ich nun in der Form zum zweiten Mal. Aber ich war beide Male nicht dabei. Mist. Wie gerne hätte ich mir hundefutter.de oder wasserkisten.de ausgedacht. Jeweils 40 Millionen VC bekommen. Und dann – Jump. Die Idee hat zwar nicht funktioniert, aber ich um 15 Millionen mehr im Futter. Oder jetzt. Warum bin ich nicht Vorstand von so einer amerikanischen Investment-Bank. Und dann schreien alle – Fly. Und ich bin raus und um 120 Millionen fetter im Futter. Diese Blasen gehen alle spurlos an mir vorüber. Ich bin nicht mal Verlierer einer solchen Blase. Wie damals, als alle monatelang mit Tränen in den Augen berichten konnten, wie es ihre Depots zerlegt hat. Wie viel da den Bach herunter ist. Und ich Idiot habe ein halbes Jahr vor dem Börsenabsturz alle Aktien verkauft. weil ich das Geld dringend brauchte. Alle haben mir den Vogel gezeigt. Aber was soll man machen, wenn man kein Depot, sondern Bares braucht. So blieb mir die Anteilnahme verweigert. Kein VC und kein Depot in Trümmern. Drei Jahre konnte ich nicht mitreden. Das ist frustrierend. Und dann kurze Zeit später passiert das Ganze wieder und wieder gehöre ich nicht zu den Gewinnern und nicht zu den Verlierern. Da war kein Geld wirklich übrig am Ende eines jeden Monats die letzten sagen wir mal sechs Jahre. So dass ich keine dieser spekulativen Investments mein eigen nennen kann. Und zum Bankvorstand hat und wird es nie reichen. Obwohl, wenn es nichts mehr zu holen gibt, könnte ich zukünftig weit oben auf der Liste stehen. Warum nicht mal eine Blase genau in meinem Gebiet Werbung? Warum investieren nicht alle plötzlich wie blöde in Werbung und kaufen sich in jede Agentur ein für 220 Millionen? Ich wäre gut, wirklich gut – bei Anne Will. Wenn ich allen erkläre, wie die Welt sich wirklich dreht. Wenn alle in meiner Welle schwimmen wollen, sollen und müssen. Wenn wir nur noch über die Mengen der „Nullen“ reden, die eine Zahl vor sich her schiebt. Idee für eine Weihnachtskarte für sagen wir mal 400.000 Euro. Obwohl, man könnte die auch versteigern. Da könnte mehr dabei rausspringen. Präsentationshonorar nicht unter acht Millionen Euro. Und dann pumpt sich die Blase auf und alle

schreien irgendwann – Raus. Und weg bin ich mit 250 Millionen mehr Schotter unterm Arm. Da kann man es doch gar nicht abwarten, bis die Blase endlich platzt, damit man was hat vom Geld. Bis dahin ist das doch voller Stress. Die Öffentlichkeit, die Wirtschaft, die Auszeichnungen, die Vorträge, die Reden, die Auftritte, die Termine, die Shootings, die Interviews, die Stunden beim Friseur und dem Herrenausstatter. Die ewigen Stunden im Flugzeug. Die viele Zeit, die man mit Menschen verbringen muss, mit denen man, wenn man die Wahl hätte, nicht mal zwei Etagen im Fahrstuhl fahren wollte. Die vielen teuren und edlen Essen mit Menschen, mit denen man eigentlich nicht seinen Tisch teilen will. Und die Anfeindungen. Der Neid. Die Missgunst. Und die Presse. Diese Pessimisten, die jeden Tag einem was von einer Blase erzählen. Wenn ich es mir so recht noch mal überlege, dann wünsche ich mir die nächste Blase doch so wie die zuvor. Spurlos. Im positiven wie im negativen Sinne. Kein Gewinner und kein Verlierer sein, ist mir dann doch lieber.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:50

Mittwoch, 8. Oktober 2008

ACHTUNG: Vorwurfsmaschine

Es gibt diese in zwei Ausführungen. Männlich und weiblich. In der Regel ist diese um oder über 40 Jahre. Es gibt auch jüngere Exemplare, aber das ist die Ausnahme. Zur Vorwurfsmaschine wird man, weil man der festen Überzeugung ist, dass alle anderen alles schlechter machen als man selbst. Dass alle anderen ungerecht zu einem selbst sind. Dass alle anderen einen nicht verstehen. Und weil alle anderen nicht wissen, wie alles besser geht, nur man selbst weiß es. Somit entwickeln sich Menschen zu Vorwurfsmaschinen, die wie die Ballmaschine auf dem Tennisplatz einen Vorwurf nach dem anderen den Menschen an den Kopf oder vor den Latz knallen.Denn diese Menschen können alles zu einem Vorwurf umformulieren. Alles. Wirklich alles. Die Vorwurfsmaschine nährt sich durch die Provokation, welche diese auslöst. So spürt sie, dass sie noch ein Teil der Gesellschaft ist. Zwar kein geliebter, aber wenigstens einer, den man nicht so einfach übersehen und übergehen kann.Wer eine oder mehrere Vorwurfsmaschinen in seiner unmittelbaren Nähe hat, der ist echt übel dran. Wie geht man um mit Vorwurfsmaschinen? Wie stellt man diese ab? Hier eine kleine Anleitung: Die 10 Gebote im Umgang mit Vorwurfsmaschinen1. Nicht füttern – Möglichst nichts äußern, keine Bewegung, aber auch nichts in Gegenwart einer Vorwurfsmaschine machen, was in einen Vorwurf umgewandelt werden kann.2. Nicht konfrontieren – Die Vorwurfsmaschine lebt von der Konfrontation. Lässt man diese aus und an sich vorbei oder vorüber ziehen, verliert die Vorwurfsmaschine an Kraft. Die Geschosse fliegen nicht mehr, sie kullern schon bald nur noch.3. Nicht diskutieren – Die Vorwurfsmaschine liebt es, in einer Diskussion eine ganze Runde energetisch zu entsaften, mit ungeheuerlichen Bedenken, kritischen Äußerungen und unglaublichen Behauptungen. Deshalb jede Diskussion abwürgen, egal wie. 4. Nicht rechtfertigen – Die Vorwurfsmaschine liebt es, Menschen plötzlich in eine Angriffs- und somit Rechtfertigungsposition zu bringen. So kann sie eine Person vor allen anderen förmlich hinrichten. Somit gilt, nie rechtfertigen. Alles so wie es ist, im Raum stehen lassen.5. Nicht entschuldigen – Die gute Schule der Entschuldigung wird von der Vorwurfsmaschine brutal missbraucht. In der Entschuldigung sieht diese keine Größe, sondern es offenbart sich vor ihr eine Schwäche, in der sie dann sofort bohrt, tief und tiefer. Somit gilt, nicht entschuldigen. 6. Nichts anmerken lassen – Die Vorwurfsmaschine wartet nur darauf, dass sie Verbindungen gegen sich herstellen kann und diese als Vorwurf formulieren kann. Somit darf sich eine Gruppe nicht anmerken lassen, dass sie sich längst der Situation perfekt angepasst hat.7. Nicht entgegenkommen – Wichtig ist, dass man einer ausgewachsenen Vorwurfsmaschine nicht einen Millimeter entgegenkommt. Das Reichen des kleinen Fingers kostet einen den gesamten Arm plus Schultergelenk.8. Nicht argumentieren – Darauf hat die Vorwurfsmaschine nur gewartet, dass jemand so blöd ist und anfängt zu argumentieren. Vor allem echte Argumente, die sogar einen selbst überzeugen würden, werden von Vorwurfsmaschinen mit Vorliebe zerdrückt, wie ein Käfer mit dem Absatz eines Cowboystiefels.9. Nichts beweisen – Sogar Beweise zerschellen an der ignoranten Wand von Vorwurfsmaschinen, wie Schiffe im Sturm an einem Riff. Kein Beweis und ist er noch so belegt, hält einer echten Vorwurfsmaschine stand. Dazu ist dieser jedes Mittel recht. Jedes.10. Nicht lachen – In Gegenwart einer Vorwurfsmaschine nicht über dieselbe lachen. Das spornt, ja treibt diese unglaublich an. Sobald man ihr das Gefühl der Lächerlichkeit zuteil werden lässt, läuft die Vorwurfsmaschine zu Hochform auf und schaltet in den Intrigengang. Und dann wird es erst richtig schlimm.Diese zehn Gebote im Umgang mit Vorwurfmaschinen sind umgehend anzuwenden, wenn man keinen schlechten Tag haben will.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 13:00

No Deal

Mir wird immer klarer, dass man mit dem Leben keinen Deal machen kann. Sondern das Leben ist das Ergebnis getroffener oder nicht getroffener Entscheidungen und ob diese im Sinne der eigenen Persönlichkeit richtig oder falsch waren. Ob man erkennt, was man da entschieden hat und wie groß die Bereitschaft und die Fähigkeit sind, getroffene oder nicht getroffene Entscheidungen entweder zu korrigieren oder konsequent umzusetzen. Das Glück kommt bekanntlich nicht von alleine. Man muss viel dafür tun. Sehr viel. Man muss es geradezu auf seine Seite zwingen. Jede Form von Abkürzungen oder Deals, die auf einem bequemeren und kürzeren Weg glücklich machen sollen, sind nicht der eigentliche Weg und führen einen an ein ganz anderes Ende. Oftmals ein bitteres.Im Laufe der Zeit begegnet man

so vielen Menschen, die alle einen Lebensweg hinter sich gebracht haben und einen vor sich haben. Die alle einen eigenen Plan vom Leben und vom Glück haben. Es gibt so unendlich viele verschiedene Wege, mit sich selbst glücklich zu sein. Da ist es kein Wunder, dass man selbst schon mal zweifelt, wenn um einen herum so viele sind, die einem vermitteln wollen, dass nur ihr Weg der wahre ist. In meinem Fall ist es genau anders herum. Die Lebensentwürfe, denen ich begegnen durfte, haben mich mehr und mehr darin bestärkt, dass es besser ist, seinen eigenen Weg zu gehen und keine Kopie eines offensichtlich erfolgreichen Weges zu sein. Dass Entscheidungen von weitaus mehr abhängen, als vom materiellen Vorteil und der Macht, die man dadurch erlangt oder welche Stufe man auf einer Karriereleiter dadurch erreicht. Menschen, die nur darauf aus sind, mit Hilfe von cleveren Deals das Leben in einer gewünschten Qualität für sich zu gewinnen, die bemerken gar nicht, dass ihnen dies nicht gelingt. Und nicht gelingen kann. Warum? Ganz einfach, es hört nicht auf. Es gibt nie einen letzten Deal. Es muss immer weiter gehen. Man wird somit zum ängstlich Getriebenen, der immer und immer wieder nachlegen muss, um sein Gewissen zu beruhigen. Mit dem immer wiederkehrenden selben Ergebnis, vom letzten Deal wieder zu einem weiteren neuen Deal gedrängt zu werden. Und dieses immer größer, immer mehr, immer besser, immer schneller führt unweigerlich zu dem immer wiederkehrenden selben Ergebnis. Es wird immer weniger zu dem, was man eigentlich und ursprünglich wollte – Glück. Emotional echt empfundenes wahres Lebensglück. No Deal – kann ich dazu nur sagen.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:45

Dienstag, 7. Oktober 2008

Der Vergleich hinkt

Ein großer Antrieb des Konsums ist das Vergleichen und Bewerten. Es sind die zentralen Brennhölzer, welche den Konsum unentwegt anheizen. Denn wenn man vergleicht, wird man immer etwas finden. Wenn man etwas bewertet, wird einem dasselbe widerfahren.Irgendwann vergleicht und bewertet man nur noch. Die Dinge selbst sind völlig sinnentleert. Auffallen tut nur das, was dem Vergleich standhält oder nicht mehr standhält. Das Andere hat mit dem eigentlichen Nutzen nichts zu tun. Es geht nur noch um das gute Gefühl, im Vergleich vorne zu liegen. Dieses Verhalten führt zu seltsamen Verhaltensformen von Menschen. Menschen, die im Epizentrum des Konsums stehen. Alles wird ständig verglichen. Jeder wird ständig verglichen. Der Vergleich ist der zentrale Gedanke. Um diesen dreht sich alles. Nichts, aber auch gar nichts, ist davon ausgenommen. Alles muss überlegen sein. Alles muss besser sein. Und der eigene Vergleich gibt darüber Aufschluss. Das Problem, der Konsumvorteil, der darin begründet liegt, ist, dass man immer ein Haar in der Suppe finden wird. Somit ist jede Art von Konsum und Vergleich mit einer möglichen kleinen oder großen emotionalen Niederlage verbunden. Was den Konsum weiter anheizt.Nichts von dem, was man tut, darf weniger wert oder besser sein. Alles muss dem Vergleich standhalten. Obwohl der gesunde Menschenverstand einem sagen müsste – der Vergleich an sich hinkt. Na, wie viel Pixel hat Ihre Digicam? Wie viel Speicher Ihre Festplatte? Wie viel Zoll Ihr Bildschirm? Wie viel PS Ihr Auto? Wie viel Quadratmeter Ihre Behausung?....

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:45

Montag, 6. Oktober 2008

Die Österreicher mal wieder – vorbildlich

Ich habe nur davon gehört. Deshalb kann ich in diesem Fall nur über Hören-Sagen schreiben. Es soll wirklich Werbeagenturen geben, welche "gratis" – also umsonst – vor und für Kunden präsentieren. Klingt unglaublich und komisch, soll aber wahr sein. Mein Kommentar dazu auf der eigens dafür eingerichteten österreichischen Webseite: www.gegen-gratis.at Der Wert einer Idee bemisst sich in der Werbewirtschaft ausschließlich daran, wie schnell und wie viel ein Kunde bereit ist, dafür zu zahlen. Der Wert von Ideen ist die einzige Geschäftsgrundlage für eine Werbeagentur. Denn nur hier entsteht die so wichtige Wertschätzung, aus der die so wichtige Wertschöpfung erzielt werden kann. Die Agentur-Kundenbeziehung darf nicht aus Dankbarkeit bestehen sondern aus Abhängigkeit. Abhängigkeit von wertvollen Ideen. Und wer gratis präsentiert, hat diese Grundlage von Anfang an zerstört und es gibt keine Hoffnung, diese nachträglich zu erzielen. Es gilt in der Werbung das Sprichwort: Was gut anfängt, wird schlimm enden. Was schlimm anfängt, wird grausam enden.Dieser Artikel ist auf Grund eines netten Hinweises von Hans Sigl zustande gekommen. Danke dafür.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:17

Viele Hände schaffen mehr

Dieses Sprichwort ist mir im Laufe eines Jobs über den Weg gelaufen und hängengeblieben. Ich glaube, es kommt aus Italien. Aber genau weiß ich es nicht mehr. Ist auch egal, denn der Inhalt spiegelt wider, was ich so oft denke, mache und erlebe. Da ich auf dem Lande lebe, ist es mit der Anonymität nicht weit her. Man kennt sich. Man grüßt sich. Und weil dem häufiger so ist, deshalb verhält man sich auch so. Nicht alle. Aber Menschen, die aus gutem Grund auf dem Lande leben, wissen, wovon ich schreibe. Auf dem Lande hilft man sich. Denn es gibt immer etwas zu tun, was man alleine unmöglich bewältigen kann. Man benötigt Unterstützung. In der Stadt müsste man nun professionelle Hilfe anfordern. Oder man müsste es so lange vor sich her schieben, bis sich mal eine günstige Situation ergibt. Auf dem Lande ist das anders. Da bittet man um Hilfe und man wird um Hilfe gebeten. Und wie selbstverständlich ist man zur Stelle. Oder die Leute sind zur Stelle. Denn viele Hände schaffen eben mehr. Ein wunderbares Prinzip.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 14:38

Sonntag, 5. Oktober 2008

Kultsammlung : Kultmarken Kultprodukte Kultmenschen Kultorte Kultmomente Kultereignisse

Der zunehmend abnehmende zwischenmenschliche Kontakt, verbunden mit einem sich steigernden Ego, hat dazu geführt, dass es eine vielfältige ansehnliche Kultsammlung gibt. Dadurch, dass die Menschen zunehmend anonymer leben, werden fehlende menschliche Bindungen einfach durch die Kultsammlung ersetzt.Kult statt sozialer Bindungen. Die jeweilige Zielgruppe überträgt die fehlende soziale Bindung zu Menschen auf die jeweiligen Kultaspekte. Der eigentliche Nutzen wird somit bei weitem übersteigert, weil sich dadurch eine Identifikation einstellt, ein gemeinschaftlicher und somit gesellschaftlicher Nutzen. Im übertragenen Sinne. Der Kult ersetzt die Freunde, die guten Bekannten bis hin zur Familie. Er stellt soziale Kontakte auf einer anderen übergeordneten Ebene her. Mit Erfolg. Dieses Phänomen verbreitet sich und die Marketingbranche hat das spät dann doch erkannt und versucht, dieses Phänomen für sich zu nutzen. Was natürlich nicht geht. Es schließt sich sogar aus. Werbung kann etwas nicht zu Kult machen, sondern die emotionalen und sozialen Bedürfnisse machen dies. Das kann man nicht einfach herleiten. Die Gemeinschaft, die Gruppe muss sich über den jeweiligen Kult selbst finden. Dann kann man den Kult zwar kommerziell nutzen, aber man kann keinen Kult herleiten. Somit kann man nur hoffen, dass etwas Kult wird, denn dann kann man es auf Kaffeetassen oder T-Shirts drucken und verkaufen.Aber Vorsicht mit dem Wunsch, Kult zu sein. Denn meistens stammt dieser aus demselben sozialen Umfeld. Oder hat sich darin abgespielt. Somit ist extrem erfolgreiches, vor allem finanziell erfolgreiches, nur selten bis gar nicht Kult. Sondern meist ist es genau das Gegenteil. Was ist Kult? Das, was eine Gemeinschaft dazu erklärt, in dem sie den eigentlichen Nutzen emotional total überhöht. Mit dem Ziel, über den Kult einen sozialen Kontakt herzustellen und fehlende reale Kontakte zu kompensieren. Ich möchte aus guten Gründen nicht darüber diskutieren, was Kult ist und was nicht. Das muss jeder für sich selbst ausmachen. Ich wollte nur eine Begründung dafür liefern, warum immer mehr einen Kultstatus erreicht. Es ist Ausdruck der Einsamkeit von Menschen in unserer Gesellschaft. Wir leben in einer Gesellschaft, die Freundschaften offensichtlich erschwert. Die Bekanntschaften zu knüpfen, ebenfalls nur sehr schwer möglich macht. Deshalb umgeben wir uns mit Kult. Die Frage ist nur: Was kommt nach dem Kult? Was kommt nach der Enttäuschung, dass diese Zweckgemeinschaften ohne echte menschliche Bindung sind? Dass die Kaffeetasse mit dem Kult darauf nie zu einem echten menschlichen Freund wird? Viele Unternehmen wären gerne Kult, weil sie sich dann mit dem relevanten Kundennutzen nicht mehr auseinandersetzen müssten. Und die Zielgruppe käme von selbst. Sie müssten nicht mehr um die Gunst werben sondern man würde grundlos unglaublich geliebt. Und man könnte auch noch Kaffeetassen und T-Shirts mit dem eigenen Kult darauf verkaufen. Ist das wünschenswert? Sich so einem Trend ausliefern zu wollen?

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 11:02

Mittwoch, 1. Oktober 2008

Na wie läuft es?

Ich weiß. Niemand steigt in eine solche Überschrift ein, wenn es gut läuft. Denn dann hat er alles gefunden, was er braucht. Und er weiß, wie man es macht. Somit muss er hier auch nicht nach Antworten suchen. Obwohl schon das ein riesiger Schritt demgegenüber ist, was man so landläufig bei Problemen macht – nichts.Grundsätzlich laufen alle wirtschaftlichen Probleme auf einen Punkt hinaus – man ist nicht profitabel. Man wird nicht profitabel. Man ist nicht mehr profitabel. Oder die schlimmste Form, man war noch nie profitabel.Geschäft bedeutet, investieren und davon profitieren. Alles andere sind Non-Profit Unternehmen. Das bedeutet, die investieren auch, haben aber kein Profit zum Ziel. Soweit so gut.Jetzt gibt es zwei Möglichkeiten, die man immer gleichzeitig in Betracht ziehen sollte. Die Kosten sind zu hoch. Die Investition ist zu niedrig. Also muss man Kosten einsparen, um es in die Investition fließen lassen zu können. Klingt einfacher als getan. Denn Kosten umfassen die Personalkosten, die Betriebskosten und eventuell auch den Wareneinsatz. Die Investitionen umfassen die Personalkosten, die Betriebskosten und den Wareneinsatz. Das klingt, als ob es das Selbe ist, aber ich kann beruhigen, es ist nur das Gleiche. Denn innerhalb dieser Kosten und Investitionen gibt es ein Produkt oder eine Leistung. Es gibt einen Preis oder einen Wert. Es gibt einen Vertrieb und natürlich die Kommunikation. Daraus entsteht ein Produkt und/oder eine Dienstleistung. Der Aufwand, diese zu erzeugen, zu verkaufen, zu bewerben, zu vertreiben, ist höher als die Einnahmen. Das ist mal klar. Man gibt mehr aus, als man einnimmt. Und genau das soll sich ändern, damit am Ende eine schöne, runde und große schwarze Zahl steht. Und das macht man, in dem man aus diesem Zyklus Kosten reduziert, um in das Richtige zu investieren. Und wenn das dann funktioniert, dann kann man auch wieder höhere Kosten tragen. Somit macht man eine Liste aller Kosten und aller wichtigen Investitionen und teilt denen eine Rangreihe zu: Must, Needs, Nive to have. Und damit meine ich alle Kosten und alle Investitionen. Die Kunst ist, klare Zeichen zu setzen, wie sehr einem am Erfolg gelegen ist. Also, alle werden genau schauen, was den Verantwortlichen der Erfolg persönlich wert ist. Was diese dazu beitragen, um erfolgreich sein zu können. Denn Erfolg und der daraus resultierende Profit ist das einfache Ergebnis von richtig getroffenen und umgesetzten Entscheidungen, Geld an den richtigen Stellen eingespart und es an den richtigen Stellen investiert zu haben. Da müssen alle mitmachen, die für den Erfolg verantwortlich sind. Sonst geht das nicht.Controller sind dafür da nur einzusparen. Sie sind nicht dafür da zu investieren. Wer aber nur einspart und das in der Regel an den falschen Stellen, ohne an den richtigen zu investieren, der korrigiert kurzfristig nur einen Kurs, um dann noch schneller und teurer vor die Wand zu fahren. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass es allen leichter fällt, die Kosten anderer zu streichen und es geht natürlich viel leichter von der Hand, in sich selbst zu investieren. So produziert man keinen Erfolg. Man kann nicht den anderen die Grundlage nehmen und sich selbst übervorteilen und dann wirklich glauben, dass dabei etwas Gutes raus kommt. Wenn man über Kosten entscheidet, sollte man immer bei sich anfangen und wofür man selbst verantwortlich ist. Und so verhält es sich auch mit Investitionen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:42

Mittwoch, 24. September 2008

Kundenwunsch

Viele unterliegen dem völligen Irrglauben, sie kennen die Wünsche Ihrer Kunden. Oder sie könnten Ihren Kunden sogar die Wünsche von den Lippen ablesen. Fast niemand befasst sich wirklich ernsthaft damit, was der Kunde will. Glauben Sie wirklich, dass auch nur ein Verkäufer/in in einem Modeladen sich selbst mal in der Umkleidekabine umgezogen hätte? Dass nur ein Kellner in einem Restaurant sich mal auf das Gäste WC gesetzt hätte? Wer hat je behauptet, dass Kunden etwas billiger wollen? Oder dass man es an jeder Ecke bekommen muss. Der Großteil aller Kundenwünsche bezieht sich alleinig darauf, was der Unternehmer/das Unternehmen will. Man verpackt es nur anders. Das ist als ob Homer Simpson seiner Frau zum Geburtstag eine Bowlingkugel schenkt. Nicht nur, dass sie gar kein Bowling spielt, sondern er, nein, auf der Kugel steht auch noch fett und breit „Homer“. So ist das in den meisten Fällen.Wer Kundenwünsche erfüllen will, der muss sich emotional auf die andere Seite stellen wollen und können. Der muss die Strecke der Kundenwünsche durchfahren wie eine Bobbahn. Aber wer kann und will das schon? Kundenwünsche erkennt man nicht aus dem Elfenbeinturm heraus. Auch wenn man diese so nennt, heißt es nicht, dass es welche sind. Auf die Gefahr hin, dass ich mich wiederhole - wer mal sehen will, wie es ist, wenn man Kundenwünsche ernst nimmt und anstatt über diese nur zu reden, sie auch umsetzt, der muss einfach mal zu Ikea fahren. Ich sage nur eins, da gibt es Wickeltische auf der Herrentoilette. Und nicht nur, dass es Mikrowellen gibt, um die Gläschen für die ganz Kleinen aufzuwärmen, es gibt die Gläschen gleich dazu, und so weiter.Der Kundenwunsch beginnt weitaus früher, als man denkt. Hier beginnt oder endet Markensympathie. Das hat oft nichts mit dem Produkt oder der Leistung zu tun, sondern einfach damit, dass ein emotionale wichtiger Kundenwunsch in Erfüllung geht. Deshalb finden Menschen bestimmte Firmen toll. Der Kundenwunsch ist in erster Linie ein emotionaler Wunsch. Kein rationaler. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 20:26

Donnerstag, 18. September 2008

Bankwahl

Wenn wir weit in unsere Erinnerung zurückgehen, dann finden wir da einen Moment, der sehr viel über die Persönlichkeit und den Charakter von Menschen aussagt. Einen Moment, der für die Einen tiefste Demütigung bedeutet und für die wenigen Anderen der Respekt und die Bestätigung ihrer Persönlichkeit und ihres Charakters. Dem Großteil dazwischen wird dieser Moment nicht mehr viel bedeuten oder ist aus der Erinnerung gänzlich verschwunden. Von der 5ten bis zur 13ten Klasse trug es sich zu. Es geschah wöchentlich im Sportunterricht. Irgendwann kam der Moment, wo für die Zusammenstellung von Mannschaftssportarten 2 bis 4 Personen vom Lehrer bestimmt wurden, welche jeweils Mannschaften wählen sollten. Einer fing an und dann ging es immer der Reihe nach. Somit lichteten sich allmählich die Reihen auf der Turnbank, denn mit jeder Wahl wurde ein weiterer Schüler einer Mannschaft zugeordnet. Bis nur noch einer übrig blieb, der dann der letzten Mannschaft mehr zugeteilt, denn durch eine Wahl zugeordnet wurde.Über diesen Moment habe ich lange nicht sinniert, weil ich zu denen gehörte, die immer damit beauftragt wurden, eine Mannschaft zu bilden. Somit war mir die Demütigung des Letzten nicht bewusst. Obwohl mir von Zeit zu Zeit ins Auge fiel, dass es immer der- oder dieselbe waren. Rückblickend frage ich mich, was mit den Gedemütigten passierte, was sich ihnen aufstaute, welches Trauma sie davon trugen. Oder ob das alles Woche für Woche spurlos an ihnen vorüber gegangen war? Ob in ihnen etwas entstanden ist, das für immer Rache geschworen hat für diese Demütigung? Ich denke ja. Genau diese Menschen haben sich in ihrer Fantasie ausgemalt, wie sie es allen heimzahlen können. Zeit genug, perfekte Pläne zu schmieden hatten sie ja. Und der Stachel des Schmerzes saß sicher tief genug. So dass sie sich zeitlebens dafür revanchieren konnten – mussten. Ich nenne diese Menschen rückblickend „Torwarte“. Weil genau die als letztes Gewählten sich in der Regel im Tor aufstellen bzw. wiederfinden durften. Oder an anderen Stellen, an denen sie den Spielfluss so wenig wie möglich tangieren konnten. Den Lehrern war das alles nicht bewusst. Anstatt das Ritual der Wahl ständig zu verändern, setzten sie diese Menschen Woche für Woche derselben Situation aus. Und als Dank dafür bekamen sie dann noch eine 5 in Sport. Das Beispiel zeigt, was wir nicht sehen und nicht fühlen. Was wir anders wahrnehmen und anders empfinden, kann bei anderen Menschen ein Trauma auslösen. Und keiner bekommt das so richtig mit. Und alle wundern sich, was für Rachegelüste diese Menschen an der Gesellschaft haben. Dass sie es geradezu auskosten, wenn sie das alles Stück für Stück in ihrer Art der Gesellschaft zurückzahlen können. An welchen Positionen sitzen solche Menschen? Bis wohin haben sie es geschafft? Von welcher Warte aus zahlen sie es uns zurück? Ich glaube von weit oben, von viel weiter oben, als man es gemeinhin glaubt. Wir werden regiert, geführt und geleitet, gemanagt, befohlen und unterwiesen von Menschen, die bis zuletzt auf der Bank saßen. Und deren einziger Antrieb ist es – Das zahle ich euch zurück. Wie ich darauf komme? Weil ich es an deren Stelle genau so tun würde. Aber ich bin nicht an deren Stelle, sondern auf der anderen Seite. Und das könnte der wesentlich kürzere Hebel in unserer Gesellschaft sein. Und am Längeren sitzen die Torwarte.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:43

Dienstag, 16. September 2008

Murmeln

Wer von euch kennt murmeln, das Murmelspiel? Das Ziel ist, die Murmel des Gegners aus einem Spielfeld zu befördern oder in ein Loch in der Mitte des Spielfeldes. Die Murmeln sind aus Glas und haben kunstvolle Muster. Es gibt verschiedene Größen, obwohl die Spielgröße dieselbe ist. Also, man spielt nicht mit großen und kleinen Murmeln, sondern nur mit den mittleren. Als Kinder trafen wir uns auf dem Schulhof oder nach der Schule und jeder hatte so einen kleinen Sack voller kostbarer Murmeln. Auch ich hatte so einen Netzbeutel, der gefüllt war mit Glasmurmeln, die ich mir vom Flaschenpfand gekauft hatte.So spielten wir um das Kostbarste, was wir hatten. Sagen wir so, das gefühlt Kostbarste, was wir hatten. Denn nichts tat mehr weh, als eine seiner Lieblingsmurmeln im Beutel eines anderen betrachten zu müssen. Der Verlust eigener Murmeln war sehr schmerzlich bis hin zu bitter. Wenn man welche gewonnen hatte, freute man sich. Aber nicht so sehr, dass man selbst mehr Murmeln hatte, sondern dass man von seinen eigenen keine hergeben musste. Das Spiel konnte sich über Stunden ziehen. So wechselten verschiedene Murmeln ständig den Besitzer und am Ende wechselte die Eine oder Andere für länger oder sogar für immer ihren Besitzer. Technische Fertigkeiten beim Schnipsen der Murmeln waren von Vorteil, aber der Kopf spielte eine wesentlich größere Rolle. Wer spielte mit der Angst im Finger, seine Murmel nur nicht zu verlieren, oder wer spielte mit der Lust, Murmeln zu gewinnen? Aber nicht nur die Angst oder die Lust waren eine Frage der mentalen Stärke, sondern auch, ob man die Murmeln von seinem wenigen Geld hat kaufen müssen, oder ob man einen Vater im Rücken hatte, der endlos für Nachschub sorgte? Somit stand für einige viel auf dem Spiel, für andere gar nichts. Auch das beeinflusste den Spielverlauf.Somit haben wir schon 3 Faktoren, welche den Spielausgang beeinflussen. Die eigenen Fertigkeiten, die Herkunft der Murmeln und die mentale Stärke des Spielers. Und zwei Faktoren davon gehen über rein technische Fähigkeiten hinaus.Und so bleibt es das ganze Leben. Meiner Meinung nach. Im übertragenen Sinne murmeln wir. Die einen mit ihren letzten, die anderen mit endlos Murmeln im Rücken. Die einen haben Angst, sie zu verlieren, die anderen können es gar nicht abwarten, welche hinzu zu gewinnen.So ernst die Lage oft ist, im Prinzip bleibt es ein Spiel. Ein Spiel der Fähigkeiten, stark beeinflusst durch mentale und umweltbeeinflusste Faktoren.Als Letztes gesellt sich die größte Kraft hinzu, der Antrieb. Der aus sozialem Minderwertigkeitskomplex oder bestehend aus welchem Komplex auch immer. Aus Geltungsdrang. Aus Sozialneid. Aus der schieren Gier. Aus dem unendlich großen Wunsch, überlegen zu sein. Macht über andere auszuüben. Unbedingt gewinnen zu wollen und überhaupt nicht verlieren zu können. Denn nicht alle haben Murmeln nur um des Murmelns willens gespielt. Viele haben ihre Murmeln einfach für sich behalten. Oder haben die Murmeln nach dem Spiel wieder aufgeteilt wie vor dem Spiel. Oder haben die Murmeln geteilt, um sie nach dem Spiel wieder in denselben Beutel zu buchsieren. Und viele hatten keine Murmeln oder keine Lust, ein Spiel zu spielen, bei dem man Gefahr lief, sein Eigentum zu verlieren. Somit könnte man viele Gespräche mit der Frage eröffnen "Haben Sie früher Murmeln gespielt?". Und wenn ja - wie? Ich bin mir sicher, die Antwort sagt viel über die Person aus. Viel mehr als das, was Menschen versuchen, einem zu verkaufen, was sie eigentlich sind. Ebenso die Frage, ob man im Sportunterricht immer wählen musste oder immer gewählt wurde. Oder bis zum Schluss auf der Bank verweilte. Aber das ist ein Thema für sich, dazu später.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:39

Montag, 15. September 2008

Stage 47

Das Konzept „Individualität“. Wer einen Piloten in seinem Freundeskreis hat, der weiß, dass diese unter einem Problem leiden. Dadurch, dass sie auf der ganzen Welt in denselben Hotels absteigen, wissen sie oft morgens nach dem aufwachen nicht, in welcher Stadt sie sind. Die Hotels sind so identisch, dass man das auf den ersten Blick unmöglich erkennen kann.Mir ist auch aufgefallen, dass klassische Businesshotels alle gleich sind. Und auch die Menschen in diesen Hotels sind alle gleich. Alles ist gleich. Der Geruch vom Frühstücksbuffet. Der Zimmer. Die Zeitungen. Die Tischdekoration. Die Bilder an den Wänden. Bis hin zur absolut GEMA-freien Musik im Fahrstuhl. Die Gespräche. Die gegenseitige Missachtung. Und das heimliche Barbezahlen vom Pay-TV. Das mir jedes Mal wieder einen Klassiker rausrutschen lässt: Na, auch gestern noch Free Willy geschaut? Das völlige Gegenkonzept. Eines, das diametral liegt wie der Nordpol zum Südpol, ist zum Beispiel ein Hotel wie das Stage 47 in Düsseldorf. Es ist das genaue Gegenteil. Das Konzept ist eigentlich einfach. Mann muss nur alles genau anders machen als in diesen Business-Hotels. So einfach geht das. Das ewig Gleiche einfach individuell lösen. Das wars, und das ist das Stage 47. Alles ist anders gelöst, außer, dass die Zimmer Nummern haben und wieder einen Schlüssel. Das Konzept hier lautet „Große deutsche Schauspieler“. So hat jedes Zimmer neben einer Nummer auch einen Namen und eine damit verbundene Persönlichkeit und eine eigene Welt. Mehr will ich nicht verraten. Aber wer mal in Düsseldorf übernachten muss, der kann sich in Zukunft darauf freuen, wenn er es im Stage 47 machen kann. Aber Achtung, wer den Mainstream sucht, wer dasselbe sucht wird hier nicht glücklich. Wer das andere Hotel sucht, der wird hier endlich voll auf seine Kosten kommen. Mann kann nur hoffen, dass dies Schule macht. Auch auf ganz anderen Gebieten. Ich kann mir schon vorstellen, wie Investoren und Banker über ein solches Konzept ungläubig den Kopf geschüttelt haben. Die verstehen das sicher nicht und werden es nie verstehen. Wie auch? Die bekommen ja schon Panik-Attacken wenn die das Wort „Individualität“ nur hören. Warum etwas anders machen, wenn alle versuchen, mit demselben Geld zu verdienen? Was die eventuell noch verstehen, ist ein noch gleicheres Hotel als es dies je gab. Das Hotel, das allem gleicht wie ein Ei dem anderen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:35

Sonntag, 14. September 2008

Service Pingpong & Business Pingpong

Das kennt sicher jeder, nur die treffende Bezeichnung hat noch gefehlt. Das so genannte Service Pingpong läuft folgendermaßen ab. Sie haben z.B. kein DSL mehr. Ups. Nun kommt der Anbieter. Er geht an den Verteiler auf der Straße und misst nach, ob da ein Signal ankommt. Was es auch tut. Somit ist klar, vom Verteiler zum Anschluss geht das Signal verloren. Nun kommen die Überlandjungs ins Spiel. Die sollen den Fehler finden und beheben. Die messen nun auch. Und siehe da, die messen bis zum Verteiler und da ist alles in Ordnung. Nur auf dem Stift, der für den Anschluss zuständig ist, kommt gar kein DSL Signal an. Nun beginnt das Service Pingpong. Und in der Mitte steht man selbst. Und über einen hinweg fliegen nun unentwegt Floskeln wie: Das kann nicht sein! Da müssen wir noch mal prüfen! Dann liegt das Problem woanders! Sind Sie sich sicher? Und bei alledem ist und bleibt klar, die einen spielen den Serviceball hin und die anderen zurück. Leider verbunden mit dem immer selben Ergebnis: der Kunde – das ist in diesem Fall meine Person – hat kein DSL. Erinnert sich jemand an die Szene beim Tischtennis, wenn einer vorne an der Platte steht und fulminant schmettert und der andere 10 Meter hinter der Platte steht und die Bälle unentwegt zurück spielt: Das ist Service Pingpong. Das Problem wird über den Kopf des Kunden hin und her gespielt.Das Business Pingpong ist ähnlich. Man versucht, den Kunden zu erreichen. Aber der nimmt nicht ab. Nun sieht der aber, wegen der Nummernerkennung, dass man angerufen hat. Somit ruft er seinerseits zurück. Nun nimmt man aber gerade selbst nicht ab. Und erspäht den Rückruf und versucht es seinerseits wieder und wieder nichts und so geht das Business Pingpong hin und her.In einer Zeit, in der man keine Zeit mehr hat, eigentlich ein Unding. Wenn man bedenkt, wie viel Zeit dafür drauf geht, um nur eine Sache zu klären.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 13:45

Samstag, 13. September 2008

Was braucht man wirklich?

Wirklich! Wäre schön. Muss nicht unbedingt sein. Wenn man alles, was man braucht, in diese 3 Kategorien einteilt und die Wichtigkeit dementsprechend festlegt, dann stellen sich viele Dinge anders da. Wenn man die wirklich wichtigen Aspekte des Lebens als oberste Priorität sieht und alles andere dem unterordnet und erst in Kategorie 2 denkt und handelt, wenn 1 erfüllt ist und erst in Kategorie 3 denkt und handelt, wenn 1 und 2 erfüllt sind und bei alldem die Prioritäten immer wieder überprüft und selbst festlegt, dann ist das große Rad, an dem wir täglich drehen, plötzlich gar nicht mehr so groß. Und die Geschwindigkeit, mit der wir allem nacheilen, verlangsamt sich zudem. Und wir leben bewusster, denn alles hat einen Wert, das Wertlose tritt nicht mehr in Erscheinung. Was wirklich zählt, ist das, was wirklich zählt. Wenn das erfüllt ist, wenn das bewahrt wird, wenn das immer gepflegt wird, dann ist ohnehin nicht viel übrig für „Wäre schön“ und „Muss nicht unbedingt sein“. Das Problem, das meist nicht offenbar ist, ist, dass viele Menschen ständig damit zu tun haben, Kategorie 2 und 3 zu bedienen, weil sie Kategorie 1 nicht genau verfolgen. Was unvermeintlich dazu führt, dass noch weniger für die Kategorie 1 bleibt, was das Engagement in den beiden anderen Kategorien zusätzlich anheizt. Das wirklich Wichtige wird immer mehr in den Hintergrund gedrängt und alles andere nimmt einen immer größer werdenden Raum ein. Dieses Übersprungverhalten macht viele Menschen, auch viele, die Vieles haben, nicht glücklich, nicht zufrieden. Weil immer etwas fehlt, und nun raten sie mal was. Sie dürfen aber nur einmal raten.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 10:26

Donnerstag, 11. September 2008

Bewertungsproblem

Eines der wirklich großen Probleme innerhalb der Wirtschaft ist die Bewertung von kreativer Leistung. Natürlich ist bekannt, dass gut und besser oftmals aus gutem Grund teurer ist. Aber wie soll man eine Idee bewerten? Was ist der Preis für eine gute oder eine schlechte Idee? Vor allem muss man den Preis in der Regel im Vorfeld festlegen und somit trägt immer der Einkäufer das Risiko. Der Preis ist für viele einfach die Summe der Teile. Damit können die meisten etwas anfangen. Aber was soll eine Idee kosten? Eine sehr gute, eine mittelmäßige oder eine schlechte? Man stelle sich mal vor, ein Kunde würde gerne mit Hilfe eines Mailings potentielle Kunden dazu bewegen, zu einem bestimmten Zeitpunkt an einen bestimmten Ort zu kommen, damit man dem potentiellen Kunden etwas Neues vorstellen kann.So und nun? Soweit so gut. Jetzt hat der Kunde ein Budget definiert. Das beruht auf der wohl nötigen Investition in Form von Werbemitteln und -maßnahmen. Die Idee als solches spielt da eine untergeordnete Rolle.Würde der Kunde aber hingehen und sagen: 'Wer macht mir eine echt gute Idee, die das eigentliche Ziel, wie und auf welchem Weg auch immer, erreicht? Ich zahle für die Idee 100.000 EURO, wenn sie tatsächlich funktioniert und 25.000 €, wenn sie das Ziel nicht erreicht. Zudem soll die Idee auch so budgetschonend sein, wie es geht.' Nun legt der Kunde noch einen oben drauf: 'Sollte die Idee ein geplantes Budget unterschreiten, wird die nicht benötigte Summe mit der Agentur geteilt.' Damit sähe die Sache schon ganz anders aus. Schnell würden sich Kreative und Agenturen herauskristallisieren, die mit weniger Budget mehr erzielen. Aber der Markt und die Kunden haben offensichtlich keinen Bedarf an Kommunikationswirkung, jedenfalls nicht vordergründig. Vor einiger Zeit rief mich ein Neukunde an. Der sagte, ich soll einen Kostenvoranschlag für ein Projekt abgeben. Das Budget dafür lag bei 15.000 Euro. Ich sagte am Telefon, das können sie sofort haben und sich sicher gut merken: 14.999 Euro und sollte jemand günstiger sein, immer 1 Euro weniger als der Günstigere. Ich habe herzlich gelacht, die Person auf der anderen Seite weniger.Dann habe ich erklärt, dass dies ausgemachter Mist wäre, denn es geht nicht darum, was es kostet, sondern was es bewirkt und dafür sollte eine Idee auf dem Tisch liegen. Alle anderen haben also fleißig Angebote abgegeben. Ich nicht. Ich habe eine Idee gemailt. Und nun ratet mal, wer den Zuschlag bekommen hat - wir. Die Firmen holen sich für alles die möglichst besten Leute. Die besten Maschinen. Die feinste Technik. Aber wenn es um Kommunikation und Marketing geht, dann sind die Parameter plötzlich völlig andere. Noch schlimmer, das einzig Wichtige und für die Wirkung Verantwortliche und Zuständige fällt unter den Tisch. Wir brauchen keine Idee, sondern ein Mailing. So so. Ein weiteres für die Tonne. In der Medizin heißt es, was heilt, hat Recht. In der Werbung müsste es eigentlich lauten: Was wirkt, hat Recht. Aber das tut es seltsamerweise nicht. Sondern nur, was vermeintlich wenig kostet, ist erwünscht. Da stimmt doch was nicht? Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:00

Mittwoch, 10. September 2008

Wegeschreibung

Mit zunehmendem Alter findet ein Systemabgleich statt. Wo steht man? Wohin wollte man eigentlich? Wohin will man? Was ist bis dato geschehen? Was haben andere erreicht? Was haben die besser oder schlechter gemacht? Bin ich eigentlich auf dem richtigen Weg? Fragen über Fragen, deren Beantwortung eigentlich leicht sein müsste. Aber nicht ist, denn zu viel ist passiert. Zu viel hat den Weg beeinflusst. Somit finde ich mich immer häufiger in Situationen in Form von Gesprächen wieder, die eine Art Positionsbestimmung darstellen. Meist die von anderen Menschen. Diese Gespräche bringen aber auch mich zum nachdenken. Man kann sagen, dass es 2 Primär-Schwerpunktthemen gibt: Partnerschaft und Kinder. Und dann gibt es noch 2 Sekundär-Themen: Wie und womit verdiene ich meinen Lebensunterhalt und lebe ich am richtigen Ort. Und es gibt noch einen Themen-Klassiker: die eigenen Eltern und Geschwister.Mit der Zeit habe ich schnell rausbekommen, dass die Wahl des Themas die eigentliche Antwort auf die damit verbundene Frage mit sich bringt. Stellt sich jemand die Frage, ob die Berufswahl die richtige ist, dann ist sie es natürlich nicht. Denn wenn es die richtige wäre, würde man es nicht zum Thema machen, sondern ein anderes wählen. Das sinnieren darüber rückt das eigentliche Problem in den Mittelpunkt, somit ist eine Lösung in greifbarer Nähe – könnte man denken. Weit gefehlt. Anstatt die Lösung in Angriff zu nehmen, wird nun erst man das Problem in epischer Breite, Tiefe und Höhe ausgebreitet und ausgerollt. Glücklicherweise findet man auch schnell Menschen, die dasselbe Problem vor der Brust haben. Somit rollen auch die das Thema im selben Großformat aus. So wird über Jahre das eigentliche Problem seziert. Bis in seine Atome. Aber der Lösung kommt man keinen Millimeter näher. Alle Betrachtungswinkel des Problems werden gesucht und gefunden und zum Glück tun sich immer wieder Neue auf.Mit dem Problem leben, ist dann doch leichter, als die Lösung anzupacken. Es ist dann doch wie bei dem Film „Dinner for one“, in dem der Butler immer und immer wieder über diesen Tigerkopf stolpert, der in seinem Weg auf dem Boden liegt. Anstatt diesen bei Seite zu räumen. Oder einen anderen Weg zu beschreiten, der das Problem umgeht.

foto: peter von felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 11:27

Dienstag, 9. September 2008

Abhängig

Wie abhängig man ist, stellt man erst genau in dem Moment fest, wenn man etwas nicht mehr hat. Oder etwas nicht mehr geht. Oder etwas nicht mehr da ist. Bis dahin ist einem die Abhängigkeit nicht bewusst. Zudem glaubt man in einem Anflug von Überheblichkeit, dass es schon nicht so schlimm sein wird.Wenn zum Beispiel mein DSL nicht mehr geht, keine Internetverbindung mehr möglich ist und keine E-Mails mehr die Seiten wechseln können, dann bricht ein System zusammen. Dann geht nichts mehr. Dann wird einem bewusst, wie abhängig man wirklich ist. Erstes Indiz ist die sofort aufkommende Aggressivität. Fast wie bei einem Junkie, dem man das Dope wegnimmt. Was heißt hier fast, es ist wie.In meinem Fall verhindert das ein ganzes Geschäftsmodell und ich muss sofort umdenken. Kein DSL ist für meine Arbeit, wie keine Luft bekommen. Wie lange kein DSL? Die Verantwortlichen wissen auch nicht, woran es liegt, dass kein Signal meinen Rechner erreicht. Es gibt auch keine verbindliche Aussage. Das kann schnell gehen oder dauern. Nichts Genaues weiß man nicht.Außer Kontrolle. Das kommt noch dazu. Es gerät außer Kontrolle. Wann meinem Geschäftsmodell wieder Luft zugeführt wird, weiß man nicht. Schnell erscheint einem das Geschäftsmodell wie das eigene Lebensmodell. Das bringt mich um. Wenigstens um den Verstand. Und dann kommen mir zwei Gedanken in den Kopf. Das ist doch ein guter Grund, einfach mal alles andere zu machen, für das man kein DSL benötigt. Oder einfach mal die Seele baumeln zu lassen. Oder den Standort zu wechseln. Einen Übergang zu konstruieren. Der meinen Zugang sicherstellt. Beides ist denkbar, somit auch machbar. Aber es ist schon ein seltsames Gefühl, wenn einem eine technische Abhängigkeit so vor Augen geführt wird. Es ist eigentlich nicht gut. Es sicher nicht gesund. Ich fühle, dass ich diese Art von Abhängigkeiten mehr und stärker reduzieren muss. Es kann nicht sein, dass ein nicht eingehendes Signal so einen Einfluss auf mein Leben nimmt. Da muss ich an meiner Gelassenheit arbeiten oder an einer technischen Option, die mich unabhängiger macht.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 08:03

Montag, 8. September 2008

Business Wechseljahre

In vielen gesellschaftlichen Bereichen kennen wir die Situation, dass die Zeit gekommen ist. Sportler hängen die Schuhe an den Nagel, weil sie ein bestimmtes Alter erreicht haben. Wir können Leistung nicht ewig steigern oder halten. Die Zeit kommt, da muss man mit der Leistung haushalten. Man muss ihr anders begegnen. Man muss anders mit ihr umgehen, sonst sind körperliche und auch geistige Schäden nicht zu verhindern. Man kann Körper und Geist nicht ewig auf höchstem Niveau beanspruchen. Soll man auch nicht. Steht auch nirgends geschrieben. Trotzdem muten sich die meisten zu viel zu und zu lange. Der nötige Respekt und auch die wichtige Demut gehen verloren. Gut zu erkennen ist das an Menschen, die sich Dinge zutrauen, zu denen sie eigentlich überhaupt nicht fähig sind, wie 7.000er zu besteigen. Und sich dann die Angehörigen wundern, dass diese nicht mit einer goldenen Plakette um den Hals zurückkehren, sondern in einer verschlossenen Holzkiste, wenn es gut läuft. Die meisten bleiben für immer am oder im Berg.Zu glauben, es gäbe keine Grenzen, dass man alles kann, wenn man nur will und es sich leisten kann, ist eine sehr gefährliche Einstellung, die wie beschrieben tödlich ins Auge gehen kann. Aber dafür muss man nicht am K2 hängen. Dafür genügt weitaus weniger. Wer unter Mobbing leidet. Wer lange schlaflose Nächte hat. Wer sich ungesund ernährt. Wer zu viel negativem Stress ausgesetzt ist. Wer sich einfach zu viel zugemutet hat. Wer große körperliche und physische Angst empfindet und diese nicht kompensieren bzw. abbauen kann. Wer zu viele Schuldgefühle aufkommen lässt. Wer sich täglich Menschen ausliefert, die zu viel Energie und Nerven kosten. Wer Panikattacken hat. Wer über einen längeren Zeitraum zu ungesunden Hilfsmitteln greift. Wer sich einer oder mehrerer dieser Situationen lange aussetzt, der hängt im übertragenen Sinn schon an der Eiger Nordwand und benötigt dringend einen Bergführer, der ihn da schnell raus holt. Aber diese Menschen rufen nicht nach Hilfe sondern klammern sich verzweifelt an den Fels und versuchen, selbst mit der Situation fertig zu werden. Was gelingen kann. Theoretisch. Praktisch ist das so gut wie aussichtslos. Zum Absturz verdammt.Nach all den Jahren habe ich einen Blick für solche Menschen bekommen. Nicht weil ich besondere Fähigkeiten habe, sondern weil ich diese Gefühle, Situationen und die damit verbundenen Gesichtsausdrücke und Köperhaltungen und Köpersprache selber kenne. Aber ich verliere in der Gegenwart solcher Menschen kein Sterbenswörtchen darüber. Denn das würde die Tarnung herunterreißen, die sich Menschen mühsam aufgebaut haben. Und es ist nicht meine Aufgabe, Menschen da öffentlich zu entblößen, wo es ihnen die größten Schmerzen bereiten. Außer, ja außer sie bitten mich um Hilfe. Dann kann ich diese Menschen aus der Feldwand holen. Ich bin kein Psychologe und mit meinen pädagogischen Fähigkeiten würde ich nach einer Woche aus einer Grundschule fliegen. Es ist die eigene Lebenserfahrung, die mir dabei hilft, anderen zu helfen, die mich um Hilfe bitten. Die mich bitten, Ängste zu überwinden, zu minimieren. Die mich bitten, Fähigkeiten zu entwickeln, welche diese dringend benötigen. Meistens muss ich nur zuhören. Denn wer hört diesen Menschen schon mal zu? Zuhören ohne einen Strick daraus zu drehen. Zuhören ohne es letztendlich gegen sie zu verwenden. Wem kann man sich schon wirklich anvertrauen? Umso weiter und höher man kommt, umso dünner wird die Luft. Ich bringe keine Menschen über hohe Berge, sondern ich hole sie da runter. Ich bemühe mich, dass diese Menschen wieder Mut finden und Entschlossenheit. Dass diese Menschen sich wieder wohl fühlen in ihrer Haut. Dass sie wieder schlafen können. Wenn ich gewusst hätte, was da in meinem Berufsleben auf mich zu kommt, hätte ich doch ganz gerne den einen oder anderen Studienzweig belegt. Obwohl der beste Lehrer wohl das Leben selbst ist. Man muss die Angst der Menschen genau kennen, um diese wirkungsvoll bekämpfen zu können. Eigentlich sollte ich über kurz oder lang daraus ein zusätzliches Geschäftsmodell ableiten - Coaching. Denn der Weg zum Erfolg führt über die Menschen, welche diesen zustande bringen sollen. Was nützt es, wenn diese voller Befürchtungen, Ängsten und Belastungen sind? So kann man unmöglich erfolgreich arbeiten. Somit müssen zuerst die Menschen auf die positive Erfolgsspur gesetzt werden, dann ist der unternehmerische Erfolg kaum noch zu verhindern. Angst ist der schlechteste Berater. Wer sich nicht traut, wer sich wenig zutraut, wie soll der an die Kraft einer Marke glauben? Oder die von Produkten und Dienstleistungen? Das überträgt sich auf alle Entscheidungen, Einfälle, Ideen und alles andere. Wie würzt man ein Essen, das scharf sein soll, wenn man voller Angst steckt, es könnte zu scharf werden? Wie spielt man Musik, wenn man voller Angst steckt, es könnte den Zuhörern nicht gefallen oder man könnte sich verspielen? Wie malt man ein Bild, wenn man voller Angst steckt, dass es nicht so wird, wie man es sich selbst vorstellt? Wie schreibt man einen Text, wenn man voller Angst steckt, dass man nicht die richtigen Worte findet? Wie tritt man auf vor anderen Menschen, wenn man Angst hat, etwas Falsches zu tun? Wie bewegt man sich, wenn man Angst hat, jemandem zu begegnen? Wie verhält man sich, wenn man Angst hat, aufgerufen oder aufgefordert zu werden? Menschen, die diese und noch viel mehr Ängste nicht kennen, haben keine Vorstellungen, welche Höllenqualen diese Menschen täglich durchleben. Und Menschen, die diese oder andere Ängste überwunden oder akzeptiert oder bewältigt haben, wissen nur zu genau, wie wunderbar das Leben ohne das alles ist. Die würden am liebsten jedem, der sich damit quält, zurufen – komm doch rüber, komm auf die andere Seite. Aber wie gesagt, das geht nicht. Um Hilfe muss man schon selbst bitten, sonst geht gar nichts.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 15:57

Samstag, 6. September 2008

On the sunny side of the street

Die Spur des Lebens zu wechseln, ist schwieriger als man es sich vorstellt. Wer sich einmal für eine Straßenseite entschieden hat, dem wird es nur sehr schwer fallen, diese zu wechseln. Was an der Gefahr liegt, unter die Räder zu geraten. Was an der Angst liegt, eventuell auf der anderen Seite nicht anzukommen. Somit kennt man die andere Seite nur aus Erzählungen. Von Menschen, welche auf derselben stehen wie man selbst. Aus diesem Grund sind die Eindrücke und Erzählungen eher in ein düsteres Licht getaucht. Sicher ist auf der Seite, auf der man gerade ist. Wer weiß schon, was einen da drüben erwartet. Somit ist es auch besser auf der Seite, auf der man ist. Aber wissen tut man es nicht. Es gibt Menschen, die unentwegt auf die andere Seite herüberblicken. Andere wiederum riskieren nicht mal einen Blick. Warum ins Ungewisse schreiten, wenn man sich sicher fortbewegen kann?Da drüben könnte Schatten sein. Da drüben ist alles neu und anders. Und da drüben kennt man keinen. Und keiner kennt einen. Somit bleiben die meisten Menschen auf ihrer Seite der Straße. Verbunden mit der stillen Hoffnung, es ist die Sonnenseite. Auch wenn Sie spüren, dass dem nicht so ist. Man träumt lieber von der Sonnenseite, als die Straßenseite des Lebens zu wechseln. Es ist schon eine Krux, auf welche Straßenseite des Lebens man gehört. Und wie man diese wohl am besten wechselt. Wann man sicher weiß, auf der richtigen Seite zu sein. Alle Seiten haben ihr Gutes und ihr Schlechtes. Die Frage ist nur, was man selbst als gut und schlecht empfindet. Wohnt man an einem See besser am Ost- oder Westufer? Die am Ostufer schwärmen von den Sonnenuntergängen, die am Westufer, wie sehr sie vom Wetter geschützt sind, denn der Wind kommt aus Westen. Somit ist es auf der Sonnenseite wesentlich windiger. Und auf der Seite, auf der die Sonne zuerst verschwindet, ist es viel geschützter. Trotzdem fühlt sich der eine oder andere Mensch am jeweiligen Ufer wohler und andere wiederum sinnieren oft darüber, wie schön es wäre, wenn es weniger windig wäre oder die Sonne länger scheinen würde. Bei einigen Menschen haben ich das Gefühl, dass sie aus Prinzip immer auf der falschen Seite sind. Andere wiederum bleiben aus vielerlei Gründen auf ihrer falschen Seite. Einige schaffen, es die Seiten zu wechseln. Und nur wenige haben das Glück, ein Leben lang auf ihrer jeweiligen „Sunny sides of the street“ zu leben – bewusst. Viele wünschen sich auf der anderen Seite zu sein, unternehmen aber nicht mal die Anstrengung, nur einen Zebrastreifen zu suchen, geschweige zu finden, um auf die andere Seite zu gelangen. Es ist mehr die Ausrede, die man an sich selbst richtet, dass man ja eigentlich hier nicht hingehört.Die meisten, die rüber wollen, sind in einem solchen Korsett gefangen, dass sie einfach nicht den Moment, nicht die Zeit finden, den richtigen Schritt in die für sie richtige Richtung zu machen. Viele werden davon abgehalten, die Seite zu wechseln, mit Befürchtungen, Ängsten, Zweifeln, Gerüchten und Bedenken. Diese Menschen blicken jeden Tag, wenn sie es können hinüber, aber zum wechseln fehlt einfach der Mut. Es ist Teil vieler Menschen, dass sie lieber mit der schlechten Gewohnheit weiterleben, statt dem Neuen eventuell Besseren zu begegnen. Das bekannte Übel ist vielen eben doch näher, als das unbekannte Nicht-Übel. Der Mensch kann eben nur schwer oder gar nicht aus seiner Haut. Auf welcher Seite der Straße laufen Sie. Auf Ihrer Sonnenseite?

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 10:12

Mittwoch, 3. September 2008

Niveau

Spät komme ich aus dem Büro nach Hause und schalte den Fernseher ein, um ein paar News mitzubekommen. Leider geht das Ding nicht dort wieder an, wo man es ausgeschaltet hat, sondern immer beim Ersten. Was die wohl dafür bezahlt haben? Jedenfalls wird gerade so unerträglich reißerisch ein Trailer beworben, dass ich denke, ich sei bei den Privaten.
Nein, es stimmt, das gute, alte Erste, die ARD, die Absolut Rückständigen Direktorate, der Sender mit dem Bildungsauftrag, wofür er die GEZ kassiert, der mit mehr Anstalten als Bundesländer, sendet jetzt wirklich Werbetrailer powered by Marktschreier. Und das nach 20:00 Uhr in der werbefreien Zone.
So ist das mit der Vielfalt. Wenn wir nur lange genug warten, passen sich die verschiedenen Ausprägungen immer mehr einander an. Und das leider immer von der höheren Ebene zu einer niedrigeren. Ein Naturgesetz. Blanke Physik. In diesem Fall z.B. ARD folgt seinem Vorbild SAT1 im Irrglauben in deren Kernzielgruppe wildern zu können.
Beim Ermitteln der Quoten, dem modernen Fallbeil, das über Leben (online) oder Tod (offline) entscheidet, sollten mal die Wechselseher ermittelt werden. Dann sähen die Theoretiker ganze Heerscharen von bildungswütigen ARD-Sehern frustriert über Sat1 zu RTL 2 wandern, bis sie nachts um 03:00 beim Sportquiz im Telefonfernsehen landen.
Noch schlimmer im wirklichen Leben: Kommen wir mit Menschen verschiedenster Entwicklungsstufen zusammen, werden sich auf Dauer immer diejenigen durchsetzen, vor deren Umgang uns unsere Eltern immer gewarnt haben. Ganz nach Groucho Marx, der über die P1-Türen seiner Zeit spottete: „ In einem Club, die mich als Mitglied aufnehmen, möchte ich kein Mitglied sein.“
Doch es gibt Abhilfe. Wir können uns gegen diesen System immanenten Verfall wehren. Das bedeutet, Fernseher aus, Buch auf. Auto in die Garage, raus aufs Fahrrad. Nicht warten, tun. Aktiv sein, statt passiv, etwas unternehmen, statt zu chillen und sich v.a. mit den Leuten zu umgeben, die einem gut tun, die einen voran bringen. Dafür sich von denen zu trennen, die einen runterziehen, die einem schlechte Schwingungen bereiten. Und wer genau in sich hinein hört, weiß auch, wer das ist.
In Beziehungen beispielsweise hilft auch kein „Ich werde mich ändern“. Denn dann ist es bereits zu spät. Viel zu spät. Wer sich wirklich ändern will, seinen Partner, seine Freunde, seine Mitmenschen voranbringen will, hat keinen Gesprächsbedarf. Er tut es einfach. Permanent, merklich, einfach.
Dann und nur dann kann man nicht nur sich, sondern auch andere auf ein höheres Niveau bringen. Durch Anstrengung (Aktivität), durch Arbeit (Tun), durch Altruismus (Fürsorge).
Das ist ja das Schöne an unserer neuen Welt. Wir bekommen den magischen Spiegel vorgehalten. Sind wir wirklich schon so tief gesunken, wie uns die Sender bedienen? So dämlich, wie uns der geile Geiz glauben macht? Ja, so ist es. Die Masse ist dumm. Der Durchschnitt bewegt sich auf einer Spirale mit Gefälle. Nur der Einzelne ist ein freies Individuum. Fähig zu allem Guten, aber auch Schlechten dieser Welt. Also überlegen Sie gut, welchen Sender Sie demnächst einschalten.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 08:00

Donnerstag, 28. August 2008

Knut

Jetzt hat es Knut also noch einmal in die Schlagzeilen geschafft. Indirekt zwar, weil eben kein kleiner, weißer Knuddelbär mehr, aber immerhin. Wie das? Da hat sich letzten Sommer unser kleiner, runder Umweltminister herbe ins Bild gedrängt, ließ sogar das Eintritt zahlende Publikum aussperren, um als Sponsor und Förderer von Knut medienwirksam mit eben diesem vor den klickenden Kameras zu grienen, was ihm besser gelang als dem gelangweilten Knut. Da kommt das dicke Ende jetzt nach, wie so oft, wenn einer der Berliner Protagonisten eine Aktion gestartet hat.
11.900,- Euro ist jetzt die Rechnung für die Verpflegung des letzten Jahres. Nein, nicht für den Umweltminister, das dürfte kaum reichen, wenn man bedenkt, welch wichtige Repräsentationspflichten unser aller Vertreter jeden Abend in den kulinarischen Schmankerlshops zu verdauen haben. Sondern es geht um das Futter für Knut. Wer mal nachrechnen will. Das sind ganz schön viele Heringe. Aber, sei's drum. Auch Rechnen ist keine absolute Stärke, die einem einfällt, wenn man an eine Behörde denkt.
Ein kleiner Einschub: 11.900 Euro im Jahr entsprechen rund 991,66 Euro im Monat. Ich finde, das sollte man einem kleinen, süßen Eisbären zugestehen. Diejenigen, die nur 345,- Euro im Monat bekommen, sind auch weder klein, noch süß, noch medienwirksam.
Aber hier noch mal der Überblick: Gabriel sponsert Knut. Knut frisst für 11.900,- Euro Heringe und andere Leckereien. Gabriel zahlt. Gabriel zahlt? Nein! Wir zahlen. Wir Steuerzahler!
Aha. Na, ja. Wir haben ja auch den Hubschrauberflug von Frau Schavan (Schavan wer?) für 26.000 Euro von Stuttgart nach Zürich bezahlt, die sich für so wichtig hält, dass sie zu einem Zeitungsinterview nicht zu spät kommen wollte. Das muss man ja verstehen, wenn schon mal eine Zeitung ein Interview..
Jetzt bin ich aber ganz von Knut abgekommen. Gab es nicht diese Regel? Wer die Musik bestellt, der bezahlt die Musik? Oder verstehe ich da was falsch? Klar, völlig falsch. Wir leben in einer Parteiokratie, die sich in permanentem Wahlkampf um ihre Versorgungsposten befindet. Da ist es doch selbstverständlich, dass man sich seinen Wahlkampf bezahlen lässt. Für wen macht man das denn? Doch für den Steuerzahler nicht für sich selbst. Man opfert sich doch auf für den Wähler.
Was ich eigentlich sagen wollte. Gut, dass es weder dem Gabriel, noch dem Huber eingefallen ist, den FC Bayern München zu sponsern. Das wäre teuer.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 08:00

Mittwoch, 27. August 2008

Borg

Als Ex-Trekkie fiel mir beim Durchblättern einer Zeitschrift im Fernsehprogramm ein Titel ins Auge, den ich abspeicherte: „Die Borg“. Vielleicht hätte mich die Sendezeit misstrauisch machen sollen. Samstagabend, 20:15 Uhr, Prime Time. Aber ich vermutete wahrscheinlich, die hätten einen neuen Intendanten unter 80 oder wollten auf die Hauptzielgruppe 14-49 abstellen. Ha.Für die, die mit diesem Namen nichts anfangen können. In der Star Trek Serie sind die Borg unheimliche, grauenhaft anzusehende Maschinenmenschen mit Kollektivbewusstsein, die fremde Galaxien entweder auslöschen oder in ihr Kollektiv assimilieren. „Wir sind die Borg. Widerstand ist zwecklos. Sie werden assimiliert werden.“ Nur Captain Jean-Luc Picard, ein edler Raumschiff-Kommandant der Enterprise schafft es immer irgendwie, der Übermacht zu entkommen und die Erde zu retten. Ähnlichkeiten mit der anstehenden Landtagswahl in Bayern sind jetzt wirklich rein zufällig.Als ich am Samstagabend 20:15 das Erste einschaltete, wurde ich nicht enttäuscht. Ein grauenhaft anzusehender, unheimlicher Maschinenmensch führte mich in ein Kollektivbewusstsein außerirdischer Assimilanten, die frenetisch jede Äußerung bejubelten, wohl um mich auch zu assimilieren. Als dann noch ein noch grauenhafterer, ganz aus silbernem Eisen gefertigter Maschinenmensch mit blonder Perücke ins Bild kam, hielt ich es nicht mehr aus und schaltete schnell aus. Das war doch mehr Grauen als ich zu ertragen gewillt war. Außerdem war nicht ein klitzekleiner, edler Kapitän in Sicht, der die Erde oder wenigstens mich hätte retten können. Das Grauen war einzig und allgegenwärtig.Als ich mich am nächsten Tag von den Albträumen etwas frei gemacht hatte, blätterte ich noch einmal in einer TV-Zeitschrift nach, um den Filmtitel zu finden und zu schauen, ob dieser Film auch wirklich erst ab 18 Jahren Freigabe hatte. Weit gefehlt. Es ging gar nicht um „Die Borg“, sondern um „Andy Borg und das Festival der Volksmusik“.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 07:48

Dienstag, 26. August 2008

Geld bringt kein Profit, Aufträge umso mehr

Geld. In der New Economy glaubten wir alle, dass wenn man viel Geld in die Hand nimmt unweigerlich auch Profit am Ende dabei rauskommt. Man könnte Erfolg mit Geld kaufen. Dem ist nicht so. Deutlich über 90% dieser Geschäftsentwicklungen sind gescheiter. Somit scheint Geld kein Garant für Profit zu sein.Planung. In den zurückliegenden Jahren glaubten viele, dass ein guter Plan der Garant für Profit sei. Man könnte Erfolg, der in Profit mündet, systematisch planen. Auch hier liegt die Quote deutlich unter 10%. Über 90% irrten mit Plan nur genauer.Controlling. In den zurückliegenden Jahren glaubten viele, dass man durch hartes Controlling, das primär aus Einsparungen bestand, profitabler wirtschaften kann. Auch hier lagen viele daneben, der Profit war nur von kurzer Dauer, die Rechnung dafür ist um ein vielfaches höher. Angebote. Ein probates und gängiges Mittel, um eventuell profitabel zu werden, sind Angebotsformen, welche den geneigten Käufer dazu bewegen sollen, das günstigere Angebot zu erwerben. Auch dieses Konzept ist nur von kurzer Dauer, weil es leider immer einen gibt, der billiger ist. Somit ist der teuer erkaufte Erfolg und Profit nur von kurzer Dauer.Jeder denkt, wenn ich genügend Geld habe, einen guten Plan, ein taffes Controlling und zudem ein überzeugendes Angebot, dann muss man einfach profitabel sein. So wie Apple. Die schlecht distribuiert sind. Es gibt kaum Läden, in denen man iPods bekommt. Dann ist Apple auch noch teurer als alle anderen. Somit muss man resümieren, dass Apple ein schlechtes Angebot macht. Und dann stellt Apple bei den Shop-in-Shop-Systemen sündhaft teure Möbel in Läden - da kostet ein Tisch über 10.000 Euro - nur um einen Laptop oder einen Bildschirm darauf zu stellen. Somit scheint das Controlling bei Apple völlig außer controlling zu sein. Und einen echten Plan kann ich bei Apple auch nicht erkennen. Plötzlich machen die ein Telefon. Dabei hat die Welt schon mehr als genügend Telefone. Apple macht im Gegensatz zu den Vielen, die versuchen alles richtig zu machen, offensichtlich alles falsch. Aber, Apple ist hoch profitabel. Die Anderen nicht.Einzelfall? Was ist mit Bionade. Schlecht distribuiert. Teurer als alle anderen. Geschmacksrichtungen, die keiner kannte. Ein Plan? Nein, nur ein Versuch. Controlling? Jeder Controller schlägt die Hände überm Kopf zusammen, bei dem was die da machen. Geld hatten die auch keins. Ganz im Gegenteil.Glücksfall? Der Mini. Red Bull. Ikea. Canyon Fahrräder... Die profitablen sind in der Regel genau diejenigen, die fortlaufend investieren. Ikea investiert ständig und überall völlig überdimensioniert in seine Kunden. Mehr als in die Produkte könnte man fast denken. Zu Ikea kann man ebenso fahren wie in den Zoo. Es ist ein Erlebnis von vorne bis hinten für die ganze Familie. An alle ist gedacht.Es gibt so viele gute und überzeugende Beispiele. Warum orientieren sich nicht viel mehr an den langfristig profitablen? Wie eitel, ignorant und selbstverliebt muss man sein, ein Unternehmen, ein Produkt, eine Idee lieber an die Wand zu fahren, anstatt zum Erfolg. Das werde ich mein Leben lang nicht kapieren.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:45

Montag, 25. August 2008

Wunschkonzert

Natürlich ist das Leben kein Wunschkonzert. Aber trotzdem muss man lernen, seine Wünsche zu formulieren. Man muss das bestellen, was man wirklich will. Wenn man es dann nicht bekommt, aus welchen Gründen auch immer, hat man zumindest schon mal das Richtige bestellt. Die meisten bestellen nicht genau, was sie wollen und ärgern sich dann ein Leben lang darüber, dass sie es auch noch bekommen haben.Klare Bestellung. Klare Wünsche. Klare Träume. Klare Ansagen. Bilden die Vorraussetzungen dafür, dass es überhaupt in die richtige Richtung geht. Wer da anfängt, Kompromisse zu machen, den wirft es entweder weit zurück oder er erreicht keines seiner Ziele. Wir kennen das aus kreativen Berufen. Schauspieler, die Taxifahrer waren und erst spät erfolgreich wurden. Hat jemand schon mal darüber nachgedacht, dass es eventuell genau am Taxi fahren lag, dass der Erfolg sich erst so spät eingestellt hat?Es ist eines der Schwersten, bei sich und seinen Träumen zu bleiben. Denn am Anfang sind das kleine grüne Triebe, die schnell mal vertrocknen oder auf denen man schnell mal herum trampeln kann. Viele Menschen, die ich kenne, haben versucht einen Deal zu machen, der nicht aufgeht. Im übertragenen Sinne gibt es mehr Taxifahrer als man gemeinhin glaubt. Im übertragenen Sinn. Eigentlich wollen viele was ganz anderes machen. Oder auf was ganz anderes hinaus. Die „Ja eigentlich-Berufe“ nennen ich das. Ja eigentlich wollte ich Dirigent werden. Die Umwelt gibt uns falsche Ziele und falsche Ängste vor. Falsch im Sinne von, das sind Interessen von Anderen, aber nicht unsere Interessen. Die Kraft, die davon ausgeht, lässt viele vom eigentlichen Weg abweichen. Immer mit dem klaren Statement versehen "das ist ja nur vorübergehend". Und dass man morgen locker alles hinwerfen könnte.Und so dringt man tiefer und tiefer in die Welt der falschen Ziele und Ängste vor. Bis diese einen so im Griff haben, dass eine dicke undurchdringliche Schicht über die eigentlichen Ziele, Wünsche und Träume gewachsen ist. Und ehe man sich versieht, biegt der Lebensweg auf die letzte Gerade ein. Die Unzufriedenheit, die Zerrissenheit von vielen Menschen erkenne ich vor allem an den Umgangsformen. Denn sie lassen alles das, was sie eigentlich im Inneren belastet, nach außen an ihrer Umwelt ab. Man spürt die Feindseligkeit, welche diese Menschen sich selbst gegenüber haben, wie sie diese an anderen auslassen. Auch die Respektlosigkeit sich selbst gegenüber. Die Schuld der Anderen dokumentiert sich durch die Unzufriedenheit über sich selbst.Die damit verbundene Aggressivität anderen gegenüber ist eigentlich gegen sich selbst gerichtet. Menschen, die sich selbst nicht ausstehen können, die sich für die eigenen Lebenslügen hassen, sind genau die Menschen, die es allen anderen gerne und aus Überzeugung schwerer machen als nötig.Eventuell liegt das in dem Gedanken begründet, die sollen ihr Leben nicht mehr genießen dürfen als ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 10:42

Freitag, 22. August 2008

Außenwirkung

Egal, wie viel Corporate Identity die Werbestrategen und Manager Ihren Unternehmen verordnen, es sind immer wieder diese Menschen und Mitarbeiter, die die Bemühungen um ein Social-Marketing verträgliches Auftreten konterkarieren.
Ich möchte das mal an einem leider allgemein gültigen Phänomen verdeutlichen. Unter Deutschlands Autofahrern gibt es einige verbindliche Verkehrsregeln, die vermutlich niemals als gültig angesehen werden. So z.B. das beliebte Reißverschluss-Roulette. Eine zweispurige Fahrbahn wird durch einen ausliefernden bzw. McDonald's besuchenden DHL-Laster blockiert. Bei DHL gebe ich kein Paket mehr auf, wäre die normale Reaktion. Doch jetzt kommt's. Ich will von der blockierten Spur im vorgeschriebenen Reißverschlussverfahren zügig nach links einfädeln, als ich von einem Telekom-Servicewagen rüde und hupend ihn die Bremsen gezwungen werde. Wir kommen beide gerade so zum Stehen und jetzt werde ich auch noch beschimpft. Natürlich erliegt inzwischen der gesamte morgendliche Berufsverkehr. Es gibt halt immer Momente, die man so erleben darf.
Also an dieser Stelle eine kurze Zusammenfassung geltender StVO. Reduzieren sich zwei Fahrspuren zu einer, ist das Reißverschlussverfahren vorgeschrieben. Das bedeutet, zügig bis zum Hindernis vorfahren und dann links, rechts, links rechts usw. Der Blinker beim Abbiegen soll den anderen Verkehrsteilnehmern eine Ahnung des künftigen Fahrweges unseres PS-Helden vermitteln. Fahrzeuge im Kreisverkehr haben Vorfahrt und blinken beim Verlassen des Kreises, nicht beim Hineinfahren. Sollten Fußgänger oder Fahrradfahrer einen Zebrastreifen betreten, müssen sie nicht vor Ihnen weg springen, was auch beim Rechtsabbiegen gilt. Dort müssen Sie auch warten. Außer Sie sind LKW-Fahrer. Dann empfiehlt es sich für Alle - unabhängig aller Regeln - eine Pause einzulegen.
Und noch ein letzter Tipp: Die Aufschrift auf Ihrem Firmenwagen kann man lesen. Das bedeutet, dass Ihr sportlicher Fahrstil nicht auf Sie persönlich zurückfällt, sondern auf das Unternehmen, das Sie repräsentieren. Aber vermutlich gehören Sie sowieso zu den 85% der statistisch relevanten Mitarbeiter, die weder auf das Unternehmen, von dem sie ihr Gehalt beziehen, noch auf deren Produkte oder Dienstleistungen besonders stolz wären.
Leider wird immer noch sehr viel Geld in die Hand genommen, um sich eine günstige PR zu verschaffen, aber sehr wenig, um das, was ein Unternehmen wirklich ausmacht zu fördern: Die eigenen Mitarbeiter und die eigenen Kunden.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 10:00

Donnerstag, 21. August 2008

Zeitschrift PAGE Ausgabe vom 09.08, Artikel: Lesbare Schriften, Seite 52

Menschen mit Legasthenie oder Lernbehinderungen haben besondere Ansprüche an Typografie. ...Und was steht da ab Seite 53. Einer von 4 Millionen Legasthenikern in Deutschland ist Christof Hintze,... [weiter lesen im Heft, oder auf die Online Veröffentlichung warten - www.page-online.de]Aber warum schreibe ich das? Weil Blogs funktionieren. Meiner zumindest. Denn die Autorin [Antje Dohmann] des Artikels hat das getan, was viele tun. Sie hat im Internet recherchiert. Und ist da auf zwei Beiträge im note-blog gestoßen: Legastheniker – Gas digt es goch dar nicht – oder? und Über die Angst vor dem Fehler. Diese haben Sie dazu motiviert, mich zu kontaktieren und um ein Interview zu bitten. Was ich natürlich gerne getan habe. Ist ja für eine gute Sache, die Öffentlichkeit und Akzeptanz von Legasthenikern. Wenn nicht ich, wer sonst soll sich engagieren? Denn diese wird mich bis zu meinem Lebensende begleiten.Schon ermutigend, dass immer mehr Beiträge Menschen erreichen, die damit was anfangen können. Die Glaubwürdigkeit dieser Beiträge scheint sehr hoch, weil sie nicht den Anspruch auf Objektivität vertreten, sondern absichtlich einen sehr persönlichen Blickwinkel annehmen. Das suche ich in vielen Blogs vergeblich. Was aber egal ist. Denn Blogs sind für alle da, die gerne da sind, wo sie sind. Somit kann ich nur für mich schreiben. Und es ist schön, wenn man zu verschiedenen Beiträgen kontaktiert wird. Unlängst bat mich die Leiterin einer Schule, den Abgängern zur Abschlussfeier einen Text vorlesen zu dürfen: wir Und so kommen regelmäßig nette Anfragen. Und somit gehe ich auch davon aus, dass viele leider oder lieber nicht fragen, sich aber trotzdem bedienen. Ich kann damit leben. Denn egal, wie man es verwendet, ich stecke immer darin. Man kann ein Urheberrecht zwar verletzen, aber letztendlich bleibt es immer bei der Person, welche diesen Gedanken formuliert hat. Wenn morgen ein reicher Mensch auf die Idee kommt, alle Verlags-, Kompositions- und Textrechte den Beatles abzukaufen und dafür eine Unsumme hinblättert, damit hinter den Songs in Zukunft immer nur noch sein Name erscheint, dann steht da zwar sein Name, aber es bleibt trotzdem immer Lennon/Mc Cartney. Oder wie Herr McCartney jetzt verfügt hat McCartney/ Lennon. Seht ihr und für mich steht da immer Lennon/McCartney. Das meine ich.Ich finde es gut, wenn mein Gedankengut anderen hilft. Auch wenn sie sich aus diesem bedienen. Denn es ist und bleibt ja meins. Schöner und ehrlicher und respektvoller wäre natürlich, wenn man mich damit in Verbindung bringen würde. Aber das passiert ohnehin zunehmend. Geduld. Nur Geduld. Man kann nicht Musik machen und sich darüber aufregen, dass die Menschen die Lieder nachpfeifen. Das ist lächerlich. So sehe ich das. Wenn ich eine Inspiration oder Informationsquelle für andere Menschen sein könnte, dann bin ich einen Großteil meines Weges schon gegangen. Das ist ein gutes Gefühl. Denn meine Gedanken sind für alle da, sonst bräuchte ich keinen Blog zu schreiben. Auch ich lasse mich ja durch meine Umwelt off- oder online inspirieren. Viele Beiträge sind dadurch erst auf den Weg geschickt worden, weil ein Impuls mich getroffen hat, vom Kopf in die Finger in den Blog. Was nützen mir meine Gedanken, wenn ich diese mit niemandem teilen kann? Nicht viel. Somit steht das gemeinsame Teilen und Nutzen weit vor dem Profitieren. Jedenfalls für mich, denn den größten emotionalen Profit bekomme ich jeden Tag in barer Münze ausgezahlt. Ist es nicht schön, dass es ein Medium gibt, in dem man seine Meinung, seine Gedanken, seine Erlebnisse, seine Erkenntnisse und alles andere kundtun kann? Das habe ich immer unter Demokratie verstanden. Für mich ist das Internet das einzige wahre demokratische System. Mit allen Vor- und Nachteilen. Das muss man ertragen können, dass Demokratie alle Farben auf den Bildschirm bringt. Wer das nicht akzeptieren kann, der sollte über sein Demokratieverständnis nachdenken. Aber man muss bei weitem nicht alles respektieren. Das mache ich auch nicht. Sicher nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 12:41

Mittwoch, 20. August 2008

sommerlöcher

Der August ist die Prime Time der politischen Hinterwäldler und -bänkler. Das Parlament ruht, was wie nicht nur Spötter sagen, die bessere Alternative wäre. Jetzt kommt man aber schnell mit absurden Wirtshausparolen in die Schlagzeilen, was allerorten prächtig genutzt wird.
Sei es kürzlich unser Verkehrsminister Tiefensee, Insider sprechen eher von „Flachwasser", mit dem Vorschlag des Überholverbots für LKW oder die Bayernpartei, die sich gegen alle Rauchverbote aufstellt bei gleichzeitigem Schutz der Nichtraucher und jetzt ein Berliner Innenpolitiker, der auf den Autokennzeichen die Ortskennung abschaffen will. Angeblich würden deshalb zu viele Autofahrer diskriminiert und Probleme im Straßenverkehr haben.
Ja, das ist richtig, dass viele Autofahrer z.B. in München Probleme haben, wenn die ganzen FFB-ler, DAH-auer und STA-berger Hausfrauen gleichzeitig mit ihren Landboliden zum SSV einfallen. Da haben es die Berliner jedenfalls deutlich besser. Da gibt es zwischen Land- und Stadtbevölkerung wenigstens keine Unterschiede in der fahrerischen Ausprägung. Da fahren alle vogelwild.
Doch Provinz bleibt Provinz. Zu kurz gedacht, Herr Trapp. Was ist denn mit den ganzen Italienern, die in Kürze zum Oktoberfest mit ihren Vans die gesamte Theresienwiese zuparken? Oder mit den allseits beliebten Holländern, die im Sommer auf den deutschen Autobahnen mit ihren Wohnwagen die rechte Spur so blockieren, dass Herr Tiefensee sofort nach einem LKW Überholverbot schreien kann und die im Winter den ganzen Schnee aus der frisch gespurten Piste schieben? Wäre da ein Fahrverbot für bewohnwagte Niederländer nicht aussichtsreicher?
Also auch weg mit den Länderkennungen. Doch was machen wir jetzt mit den Dialekten, Sprachen oder - noch schlimmer - der Optik? Dürfen die Berliner nicht mehr berlinern, Italiener nicht mehr Italiano parlieren und die Bayern keinen Trachtenhut mehr tragen?
Also, wenn wir schon konsequent sind, dann bitte auch keinen Wackeldackel oder gehäkelte Klorollen auf der Hutablage mehr, keinen Hut mehr auf im roten Auto und vor allem keine Sommerlochparolen aus Berlin mehr. Quak.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 18:00

Dienstag, 19. August 2008

Proaktiv

Als alter Humanist reicht es mir jetzt! Immer öfter lese ich in offensichtlich sinnfreien Zusammenhängen vom schönen Begriff „proaktiv“. Sogar die Windows Rechtschreibprüfung ist damit überfordert.
Alles scheint plötzlich proaktiv angegangen werden zu müssen. Die Kundengewinnung, der Job, die Beziehung. Sogar der Joghurt im Supermarkt ist plötzlich nicht nur probiotisch, sondern auch noch proaktiv.
Heute schaue ich im „Ich weiß alles“ - Wikipedia nach und bin erstaunt. Dieses Wort soll es bereits seit 2003 sogar im Duden geben und bedeute soviel wie vorausschauendes, strategisches und initiatives Handeln. Zumindest wie ich den Eintrag interpretiere.
Sofort stelle ich zwei Dinge fest: Erstens handele ich - nolens volens - sozusagen intuitiv proaktiv. Zweitens ist meine aktuelle Dudenausgabe von 1991 und damit quasi obsolet, ganz sicher aber nicht proaktiv. Oder doch? Weil, vielleicht gibt es ja wieder mal eine Reform der Reform..?
Aber was soll dieses proaktiv denn ausdrücken? Der Joghurt ist besonders gesund, indem er praktisch aktiv alle Schadstoffe eliminiert? Die Beziehung soll ich nicht mehr nur leben, sondern täglich neu und herausfordernd gestalten? Der Jobsuchende soll nicht nur jung, dynamisch, billig und schön, sondern jetzt auch noch Mauern einreißend und im högsden Maße Gewinn bringend sein? Ja, warum sagt ihr es dann nicht?
Oder setzt ihr da draußen das Wort nur ein, weil es neu ist und - wie ich stark vermute - vermeintlich so dynamisch und cool auf euch abfärbt?
Also jetzt mal ganz proaktiv unter uns: Der Wortschatz färbt wirklich ganz stark auf den Sender ab. Vor allem dann, wenn offensichtlicher Unsinn gesendet wird. Und, meine Lieben, das ist in den allermeisten Fällen tatsächlich - ganz proaktiv oder antiaktiv - ausgemachter Unsinn.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 20:18

Donnerstag, 14. August 2008

Qualitätsmerkmal: Faulheit der Kategorie 2

Vorab: Es gibt für mich 2 Arten von Faulheit. Die eine sind Menschen, die keine Energie aufbringen. Die andere, das ist die Form, die ich meine, sind Menschen, die lieber mit weniger mehr erreichen. Das ist ein riesengroßer Unterschied. Ob man einfach nur keinen Bock hat oder ob man möglichst schnell ans Ziel kommen will, weil man einfach zu faul ist, Umwege zu gehen. Also wäre das schon mal geklärt. Ich bin nämlich „faul“, Kategorie 2. Was zur Folge hat, dass ich immer möglichst schnell, direkt, komfortabel, angenehm und gut an ein Ziel kommen will. Im Laufe der Zeit habe ich mir zum Beispiel Mitarbeiter ausgewählt, welche derselben Faulheits-Kategorie entspringen wie ich. Denn dann unterstützen sie mich noch mehr in meinem Bemühen, auf dem besten Weg an die besten Ziele zu gelangen.Diese Menschen sind in der Sache unglaublich gut organisiert, denn sie haben keine Lust, einen Weg zweimal zu gehen. Wenn ich Soßen aus dem Kühlschrank zum Grillen nach draußen bringe, dann erkennt man schon den Unterschied. Ich nehme einen großen Korb und ich nehme alle Soßen mit. Auch diejenigen, die überhaupt nicht zu dem passen, was auf dem Grill liegt.Der Faule Kategorie 1 grillt nicht. Der bestellt Pizza. Und Menschen, die nicht-faul sind, die gehen 6-mal hin und her mit verschiedenen Soßen in beiden oder sogar nur einer Hand. Die fragen, welche Soßen man mit raus nimmt. Welche man empfehlen kann. Welche gut zum Essen passen. Um dann beim Grillen festzustellen, dass die eine oder andere Soße doch fehlt und was am schlimmsten ist, bei dem ganzen Gerede über Soßen, haben nicht-faule Menschen Salz und Pfeffer vergessen. Wir in der Agentur sind also deshalb so schnell, weil wir keine unnötigen Wege gehen wollen. Und nun kommt das Allerbeste bei faulen Menschen der Kategorie 2. Nicht-faule Menschen stopfen in die Zeit, welche man sich mühevoll mit viel Stress und Arbeit frei geschaufelt hat, gleich noch mehr rein. Das machen faule Menschen der Kategorie 2 nicht. Um beim Beispiel mit den Grillsoßen zu bleiben, die trinken dann schon mal ein Glas Rosé, während der nicht-faule Mensch in die frei gewordene Zeit direkt was anderes reingestopft hat. Somit sind faule Menschen der Kategorie 2 Menschen, die immer gleichzeitig von zwei Dingen profitieren wollen: materieller rationaler Gewinn und immaterieller emotionaler Gewinn. Und das möglichst gleichmäßig. Im Gleichgewicht. Und wenn eins von beidem mal ausbleibt, hat man wenigstens das Andere gewonnen. Alle anderen stehen mit leeren Händen da.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:44

Mittwoch, 13. August 2008

Begegnung mit Franz Joseph van der Grinten

Es passierte am 2. August, im Zuge des Sommerfestes „Bernali 2008“ in unserem Garten. Ich habe nicht auf die Uhr gesehen, aber es muss so gegen 18.30 Uhr gewesen sein, als sich ein besonderer Besuch ankündigte. Dem ich so lange keinen Glauben schenken konnte, bis dieser leibhaftig vor mir stand: Franz Joseph van der Grinten.Wer nicht weiß, wer das ist, der kann bei Wiki nachschlagen. So weiter geht’s. Mein Respekt, meine Verehrung und meine Bewunderung für Joseph Beuys ist sehr groß. Und wer sich mit Beuys auseinandersetzt, der trifft unweigerlich auf den Namen van der Grinten. Somit steht da in meinem Garten unter anderem einer der renommiertesten Kunstsammler und Zeichner, Druckgraphiker, Maler, Autor, Lehrer und Museumsleiter. Der einen unermesslichen Schatz im Laufe seines Lebens zusammengetragen hat. Ein Mensch mit einem echten Lebenswerk. Großartig. Kein Mensch von Macht. Kein Mensch von großer Bekanntheit. Ein Mensch, der durch und durch aus Kultur besteht. Da steht aber auch ein wunderbarer Zuhörer und Erzähler vor mir. Ein Mensch ohne Ungeduld. Im Umgang mit solchen Menschen bin ich völlig ungeübt. Und ich versuche meiner Zuneigung und völlig überdimensionierten Aufmerksamkeit Herr zu werden. Quatsch ihn bloß nicht voll. Langweile ihn nur nicht mit deinen paar Exponaten. Übergehe die Menschen nicht so, die mit ihm erschienen sind. Aber dann verläuft alles völlig anders als erwartet. Wir schlendern durch den Garten, versorgt mit einem guten Glas Weißwein. Und ich werde das Gefühl plötzlich nicht mehr los, dass wir uns schon lange kennen. Irgendwann viele Stunden später, zu nächtlich fortgeschrittener Stunde, bricht er auf, um den Heimweg anzutreten. Stunden saß er da, plauderte mit verschiedenen Menschen, genoss die Speisen und den Weißwein, atmete die Atmosphäre, die Stimmung dieser warmen Sommernacht.Und dann war er weg. Und mir fiel auf, dass ich auf der einen Seite gerne sehr viel mehr Zeit mit ihm verbracht hätte, ich aber auf der anderen Seite auch ein wenig stolz auf mich war, dass ich eben nicht so aufdringlich auf alle meine Fragen, Antworten erbeten habe. Bei einem solchen großen Fest kann man sich unmöglich nur um einen Gast kümmern, ohne den Unmut aller auf sich zu ziehen. Man ist auf einem solchen Fest für alle gleichermaßen nicht da. Er war da und er war für diese Stunden ein Teil meines Lebens. Allein das war wunderbar. Unsere Wege haben sich gekreuzt. Er hat meine Familie kennen gelernt. Meinen Gingko bestaunt. Meinen Garten bewundert. Er hat auch gespürt, wie viel schöne und positive Energie sich an diesem Ort entfaltet. Also, er hat es wenigstens behauptet. Möglich gemacht hat das mal wieder Peter von Felbert, einer seiner Schüler von damals. Und machbar seine Tochter Daphne, die mit Ihrem Mann Daniel da war. Ein Mensch, der sich zeitlebens mit Dingen beschäftigt hat, die ich so sehr bewundere. Er hätte gerne noch den Film „Fahrraddiebe“ gesehen, aber es wurde dann doch zu spät. In dem Alter weiß und spürt man eben sehr genau, wie sehr man den Schlaf braucht. So saß er da und immer wenn ich mal wieder vorbei kam, sagte mir eine nette Stimme in meinem Kopf: Da sitzt Franz Joseph van der Grinten in deinem Garten, da sitzt Franz Joseph van der Grinten in deinem Garten....Anmerkung: Kein anderer Gast war mir nur eine Spur weniger Wert, aber er hatte für mich persönlich eben einen besonderen Wert, Stellenwert. Was soll man da machen? Ich habe es genossen. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:48

Dienstag, 12. August 2008

Der Personal Brand Trainer

Wie wäre es mal mit einem Trend, der aus Deutschland kommt? Problem erkannt, Gefahr gebannt. Was ein Personal Trainer bewirken kann in Sachen Bewegung und Gesundheit, ist mittlerweile bekannt. Alle guten Ratschläge, Pläne und Vorsätze helfen oft nichts. Denn diese müssen auch in die Tat umgesetzt werden. Und wie gut ist das, wenn jemand da ist, der einem dabei hilft, den inneren Schweinehund zu überwinden. Der mit einem Sport macht. Der mit einem einkaufen geht. Der mit einem kocht. Die Erfolgschancen, durch einen Personal Trainer ans Ziel zu kommen, sind viel höher als durch alle anderen Strategien. Denn vieles hält einen immer wieder davon ab, das Richtige zu tun. So einem Trainer ist das aber egal, der nimmt einen immer wieder mit auf die richtige Spur. Solange, bis man es verinnerlicht hat. Beste und bekannteste Beispiele sind Schuhbeck und Lagerfeld. Was man selbst, allein oder im gewohnten Umfeld nicht hinbekommt, dabei hilft der Personal Trainer. Wir wissen zwar, wie es geht und wissen auch, was richtig ist, aber zu viel hält uns davon ab, das Richtige zu tun.Was wir aus dem Privaten kennen, ist längst schon in der Business-Welt angekommen. Die Markenverantwortlichen schaffen es nicht und kommen nicht dazu, die Marke so zu pflegen, dass es dieser auf lange Sicht gut geht. Zu viel. Zu schnell. 80% des Tages kommt man zu allem anderen. Aber nicht zudem, was nötig wäre. Man hört sich Probleme an. Und man ist voll und ganz damit beschäftigt, einen Brandherd nach dem anderen in den Griff zu bekommen und zu löschen. Aber was wichtig wäre, dazu kommt man kaum bis gar nicht.Zudem fressen endlos lange und viele Meetings einem die letzte Zeit und die letzten Nerven. Was tun? Zusehen, wie einem die Marke auf der einen Seite den Bach herunter geht. Oder zusehen, dass einem alle den Kopf herunter reißen, wenn man sein Daily Business nicht abgewickelt bekommt. Patt Situation nennt man das. Man kommt nicht zu dem, was man eigentlich tun sollte. Man hat zwar gute Gründe, aber was hilft das einem.Die Lösung auch hier, könnte ein Personal Brand Trainer sein. Der von außen kommend sich innen einmischt. Zeit schafft. Platz schafft. Dinge anstößt. Recherchiert. Vorbereitet. Nachdenkt. Ausdenkt. Weiter denkt. Der die Marke pflegt. Fördert. Weiter entwickelt. Der die Marke im idealen Lebensmittelpunkt hält. Der alles das macht, wozu man selbst nicht kommt. Und einen somit frei schaufelt. So dass die Verantwortlichen in den Unternehmen die Zeit und Muße haben, mehr und mehr sich wieder mit den wichtigen und richtigen Dingen zu beschäftigen. Ein neuer Job wäre geboren. Der Personal Brand Trainer. Der Mann oder die Frau, welche die Marke hoch hält. Weil er persönlich involviert ist und alle mitnehmen und mitreißen kann. Weil er alle immer und immer wieder abholen kann. Denn dem Marketing geht es mittlerweile wie im Umgang mit Diäten. Am Ende erwartet einen ein noch dickeres Ende. Somit muss man weg von diesen Plänen, die man ohnehin nicht ein- und durchhält. Oder die nur kurze Zeit von Wirkung sind. Einseitige Ernährung sowie einseitiges Agieren führt eben nicht zum Ziel. Aber mit der Integration einer solchen Position könnten Marken wieder zurück in die gewünschte Fahrrinne gelangen. Mal sehen, welches Unternehmen als erstes damit anfängt?

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:36

Montag, 11. August 2008

Wert

Ist jemandem schon mal aufgefallen, dass auf der Tastatur das längste Wort, das sich selbst bildet, „WERT“ ist. AS, ER, ZU, WER. Oben Links steht da „WERT“.Wer es nicht glaubt, hier noch mal die Abfolge einer Tastatur:^ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ß ´ Q W E R T Z U I O P Ü + A S D F G H J K L Ö Ä #< Y X C V B N M , . -Zufall. Schicksal? Egal, jeder der täglich mit einer Tastatur zu tun hat, dem dürfte das nicht entgangen sein. WERT. Ich für mich habe irgendwann beschlossen, dass alles einen besonderen WERT für mich im Leben hat. Dem für mich WERTvollen gehe ich nach. Und dem für mich Wertlosen gehe ich nicht weiter nach als unbedingt nötig. Ich bin der Überzeugung, dass man Wertschöpfung nur aus einem Wert erzielen kann, der möglichst hoch ist. Wertschöpfung kann man nicht aus Wertlosem erzielen. Darum ist es so wichtig, Werte zu erkennen und diese gemäß einer langfristigen Wertschöpfung zu bewahren, zu pflegen und wenn es möglich ist, sogar zu steigern. So verhält es sich für mich mit Werten im moralischen, ethischen Sinn. Die den Wert des Lebens bewahren, pflegen und steigern, zu denen fühle ich mich hingezogen. Werte, die aber das Gegenteil im Sinn haben, stoßen mich ab.Viele wertvolle Momente schaffen ein wirklich wertvolles Leben. Wertvoll an Erfahrungen, Erlebnissen und Erkenntnissen. Eben ein durch und durch lebenswertes Leben. Konsum hat mit meiner Vorstellung von Wert zum Großteil nichts zu tun, weil das Bedürfnis nur angefeuert und nie befriedigt wird. Den größten Wert bemesse ich mir selbst zu. Und dann den Menschen in meinem unmittelbaren Umfeld. Dann meinen Freunden und sehr guten Bekannten. Auch auf Kundenseite entstehen manchmal Beziehungen von einem solchen Wert, dass er mir etwas bedeutet. Ganze Branchen und Märkte, ganze Konzerne, Unternehmen und Firmen agieren aber auf eine ganz andere Weise. Eine, die mir überhaupt nicht zusagt. Hier wird unnachlässig und unablässig versucht, durch die Verminderung von Wert, einen Profit zu erzielen. Der Wert wird somit unentwegt vermindert, das ist ganz und gar nicht mein Ding. Denn ganzen Tag nur darüber nachzudenken, was man noch verringern kann. Wo man mehr reduzieren kann, weglassen kann. Die Beschaffenheit stetig zu mindern, um dadurch einen Profit für sich zu erzielen. Mit dem immer selben Ziel vor Augen, am Ende einer völligen Wertlosigkeit gegenüber zu stehen.Verbessern, vergrößern, erneuern, verändern, entwickeln das ist mein Ding. Sich dem Wert zu widmen und ihm zu verschreiben, ist keine leichte Angelegenheit. Auf einem Planeten, der zu einem gigantischen Schnäppchenmarkt geworden ist, in dem wir Rabatte atmen und es Angebote regnet. Und es scheint nicht die Sonne, sondern der Preisnachlass. Alles, was den Wert bestimmt wird einfach demontiert. Auf Kosten der Qualität und der für die Volkswirtschaft und Betriebswirtschaft gleichermaßen wichtigen Wertschöpfung. Darum kann und will ich nur in „Wert“ investieren. Vor allem meine Zeit. Denn meine Lebenszeit ist mir das Wertvollste. Somit räume ich dieses Bewusstsein auch allen anderen Menschen ein. Darum möchte ich niemandem seine wertvolle Zeit stehlen. Sondern immer von dem Gefühl begleitet werden, dass man gemeinsam dazu beitragen kann, etwas Wertvolles entstehen zu lassen.Das ist die Chance die ich sehe und verstehe. Das ist die Stärke, die ich mit einbringen kann - Wertschöpfung positiv zu entwickeln. Darin bin ich gut. In dem was viele andere machen müssen, können oder auch wollen, bin ich sehr schlecht. Das ist mir klar geworden. Ich kann nicht billig, das steht da nicht auf meiner Tastatur, sondern ich kann nur in Wert investieren.Wert. Wertvoll. Wertschätzung. Wertschöpfung. Erhalten, bewahren, steigern. Zwischen Allem und Allen. Das ist mein Ding.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 09:34

Freitag, 8. August 2008

Die Mauern im Kopf

Erneuerung und Veränderung sind nur deshalb so schwer, weil man Mauern in den Köpfen anderer Menschen überwinden muss. Nicht nur, dass man selbst hinter neue Gedanken kommen muss, die dann auf fruchtbaren Boden fallen sollten. Da hat man sich bei weitem getäuscht. Das könnte man vermeintlich denken, aber so ist dem nicht. Die Menschen halten an ihrem Glauben fest und auch an ihrem Wissen, obwohl man bei dieser Kategorie sagen kann, es ist dasselbe. Die meisten bewegen sich nur innerhalb ihrer Mauern. Allein ein Blick über die eigenen Mauern wagen nur wenige. Das haben sie gelernt. Das haben sie erlebt. So ist das, so muss das sein.Menschen, die mit Verlust, Frust und Scheitern im Laufe eines Lebens konfrontiert wurden und aus allem gut rausgekommen sind, die haben gelernt und erlebt, dass die Dinge sich ständig verändern und erneuern. Und wenn man es nicht selbst vorantreibt, dann macht es ein anderer. Glauben kann das solange keiner, bis es passiert. Und dann behaupten alle, dass dies doch keiner ahnen konnte. Doch - aber das interessiert dann keinen mehr. Das Schiff sinkt und die Verantwortlichen wechseln trockenen Fußes die Brücke. Um einen Erfahrungsschatz reicher.Die Veränderung ist manchmal so offensichtlich, weil die Umstände sich so drastisch verändern, dass man von Fahrlässigkeit sprechen muss. Aber den Vorwurf soweit entkräften kann, dass die Unzurechnungsfähigkeit sicherlich sofort bescheinigt wird. Wie konnten wir das wissen? Wie sollten wir das wissen? Und wenn wir es gewusst hätten, was hätten wir denn tun sollen?Neue Wege gehen. Eigene Wege gehen. Erfolg basiert auf der immer selben Ausgangsposition. Jemand geht einen anderen und/oder andersartigen oder gänzlich neuen Weg. Die Summe der Erfindungen ist wesentlich geringer, als man gemeinhin annimmt. Die Summe der Innovationen, also der Erneuerung von etwas Bekanntem, ist wesentlich größer. Ich würde mal sagen 99% zu 1%. Wenn also die Erfindung ein Glückstreffer ist, ein nicht planbarer und zu vernachlässigender Faktor ist, der kommt, wann er will, wo er will und wie er will, dann ist die Innovation ein probates Mittel, erfolgreich zu sein. Vor allem in dem Zeitraum ohne maßgebliche Erfindung.Es gibt außerordentlich erfolgreiche Beispiele, bei denen die Veränderung und Erneuerung von manifestierten Mauern, das Schlachten von heiligen Kühen genau den Weg geebnet haben, der auf direktem Weg zum Erfolg führte. Diesem Weg muss man folgen. Aber nicht den anderen hinterher, sondern man muss seinen eigenen Weg gehen. Vor allem da, wo es nicht weitergeht. Ändert die Richtung. Ändert den Weg. Denn auf neuen Wegen kommen einem neue Chancen entgegen. Auf alten Wegen ist das ausgeschlossen. Die werden nur breiter und ausgetretener. Warum auf ein Wunder warten, wenn man es selbst verändern kann? Nicht das Problem weiter, mehr und teurer bekämpfen, umgehen oder übergehen sondern einfach einen neuen Lösungsweg auftun. Erfolg ist die Summe der richtig getroffenen Entscheidungen. Misserfolg ist somit das Ergebnis von falsch getroffenen Entscheidungen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:12

Donnerstag, 7. August 2008

oberhachinger

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 17:09

Bernali 2008. Schön war´s

Vor ca. zwei Monaten saßen wir mit Freunden beim Grillen zusammen und kamen auf die Idee, ein großes Sommerfest zu veranstalten. Gesagt – getan. Zwei Monate später am 2. August war es so weit. Ab 17.00 Uhr trafen die ersten Gäste ein. Das Thema war „Italien“. Aus gutem Grund, denn der Schlagzeuger Christof [Anmerkung der Redaktion: Nicht ich, sondern ein anderer Christof] spielt in einer italienischen Band – Corpus delicti. Somit war für einen Höhepunkt schon mal gesorgt. Der zweite Grund war das Gartenkino danach: Fahrraddiebe, von Vittorio de Sica aus dem Jahr 1949. Alle Gäste sollten etwas italienisches zum Essen mitbringen. Wir haben nur für einen Grundstock gesorgt, für die Getränke. Fast alles aus Italien. Außer der Rosé, der kam aus guten Gründen aus Spanien. Denn er ist unser Sommerwein des Jahres 2008 und nicht ganz unbeteiligt an der Entscheidungsfindung, ein Fest zu veranstalten.Der 2. August ist natürlich so ein stark umworbener Termin, dass viele schon anderweitig verplant waren. Aber es haben immer noch genug zugesagt, so dass man es auch ruhigen Gewissens ein Gartenfest nennen darf. Somit füllte sich das italienische Buffet ab 17.00 Uhr, bis der Tisch überquoll. Lecker. Lecker. Lecker. Es war schon beeindruckend, wie viel Mühe sich alle gegeben haben, so dass ihre Schüsseln, Tafeln, Bretter und Teller nachher blitze blank waren. Ein großer Genuss. Zwei haben es sich nicht nehmen lassen, für einen exzellenten Espresso zu sorgen. Dafür schleppten sie alle Utensilien an, von der Maschine über das Mahlwerk und dem Espresso bis hin zur Milch. Somit verwöhnte eine Espresso Bar die Gäste. Zwei weitere Gäste haben eigene Kunstwerke ausgestellt in Form von Bildern und Fotografien. Was neben der Musik und dem Film den kulturellen Rahmen mehr als abrundete. Man war förmlich umgeben von schönen Gedanken, Gerüchen und Gefühlen. Ich kann mich nicht erinnern, so viel in meinem Leben über das Wetter gefragt worden zu sein und selbst darüber sinniert und mich ständig informiert zu haben. Obwohl mein Gefühl mir immer sagte, dass es ein fantastisches Wetter sein würde. Und so kam es auch, wie bestellt.Somit hatten zwei Familien ihre Familie, Freunde und sehr gute Bekannte geladen. Darum konnte ich es mir nicht nehmen lassen, eine Ansprache als der „Pate“ zu halten.Die Band hat alle begeistert. Der Film war nicht so leicht für alle zu verdauen. Aber das war mir vorher klar. Kultur ist immer auch ein Stück weit Überwindung, Auseinandersetzung und auf so einem Fest steht da nicht jedem der Sinn nach. War mir aber egal. Lustiger Weise haben viele Kinder den Film von Anfang bis Ende gesehen, was mich wiederum sehr gefreut hat. Denn somit haben diese einen Film gesehen, der zweifelsohne zu den großen Klassiker gehört und auch noch eine Botschaft bzw. eine Moral in sich trägt. Ich liebe diesen Film. Ungefähr 30 Kinder sausten, rasten, sprangen, hüpften und schritten durch den Garten, die man aber so überhaupt nicht bemerkte, weil diese so beschäftigt waren, dass auch die Eltern einen Abend frei hatten, obwohl die Kinder nur einen Katzensprung entfernt waren. Es war eine wunderbare Stimmung der Gemeinsamkeit. Der Garten, das Licht, das Wetter, alles kam zusammen zu einem wunderbaren Arrangement. Es ging bis in die frühen Morgenstunden. Und dann war alles vorbei. Schade. Schön war´s.

Geschrieben von Christof Hintze in Menschen um 07:45

Montag, 4. August 2008

Da steht ein Ginkgo im Wald

Mitten im Wald meines Gartens steht ein Baum. Um ihn herum stehen viele Bäume, die in seiner unmittelbaren Gegenwart keiner weiteren Beschreibung bedürfen. Nur für ihn wurde ein direkter Weg angelegt. Der wie gesagt, auf direktem Weg zu ihm führt. Zu ihm - dem Ginkgo. Der Baum fällt einem zuerst auf, weil seine Blätter eine ungewöhnliche uns fremde Form haben. Sie sehen aus wie die Schwanzflosse eines Walfischs. Der Baum steht seiner Größe nach schon eine Weile hier. So ca. 50 Jahre. Er ist für einen Ginkgo ziemlich groß. Damit er weiter wachsen kann, habe ich ihm Raum geschaffen. Rundherum mussten Äste und andere Bäume weichen. Nun kann er atmen und seine Äste in alle Himmelsrichtungen ausstrecken. Der Ginkgo ist ein mystischer und magischer Baum. Er soll heilende Kräfte besitzen und er ist im Ursprung ein sehr, sehr alter Baum. Er hat irgendwann, vor über 50 Jahren, eventuell mit dem Schiff den wochenlangen Weg von Japan an diesen Ort gefunden. Die Geschichte, die ihn umgibt, lässt ihn für den Betrachter gleich in einem anderen Licht erscheinen. Obwohl keiner so recht weiß, was es mit dem Ginkgo so auf sich hat, ringt er allen Betrachtern eine gewisse Bewunderung ab. Man kann sagen, wenn der Goldfisch im Teich der tierische Höhepunkt des Gartens ist, dann ist zweifelsfrei der Ginkgo der botanische Höhepunkt des Gartens. Zudem steht er auch ziemlich genau in der Mitte. Sicher nicht ohne Grund. Anmerkungen:1.Zum Jahrtausendwechsel erklärte das „Kuratorium Baum des Jahres“ Ginkgo biloba zum Mahnmal für Umweltschutz und Frieden und zum Baum des Jahrtausends.2.Dieses Baumes Blatt, der von OstenMeinem Garten anvertraut,Gibt geheimen Sinn zu kosten,Wie's den Wissenden erbaut,Ist es ein lebendig Wesen,Das sich in sich selbst getrennt?Sind es zwei, die sich erlesen,Daß man sie als Eines kennt?Solche Frage zu erwidern,Fand ich wohl den rechten Sinn,Fühlst du nicht an meinen Liedern,Daß ich Eins und doppelt bin?Der Brief mit dem Gedicht, dem Goethe zwei Ginkgo-Blätter beilegte, ist heute im Goethe-Museum Düsseldorf zu sehen.3.Das Ginkgoblatt stellt aufgrund seiner Form ein Sinnbild der Freundschaft dar.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 10:28

Freitag, 1. August 2008

5 Fragen - eine Antwort

Wir können uns hören, aber verstehen wir uns auch?Wir können uns sehen, aber erkennen wir uns auch?Wir können uns spüren, aber fühlen wir uns auch?Wir können uns riechen, aber können wir uns auch wirklich riechen?Wir können uns etwas vorstellen, aber stellen wir uns dasselbe vor?Es wächst. Das große zwischenmenschliche Missverständnis. Wir wissen es nicht genau, aber wir vergewissern uns nicht mehr. Wir gehen immer mehr nur von uns selbst aus. Wir können nicht mehr zuhören, weil wir nur noch eigene Gedanken verfolgen. Wir erkennen ganze Situationen nicht mehr, weil wir zu sehr damit beschäftigt sind, uns selbst in Szene zu setzen. Wir können uns selbst nicht mehr riechen, deshalb leihen wir uns einen Duft, von dem wir glauben, das dieser besser riecht als wir. Weil unsere Augen so schwer lügen können und uns immer wieder verraten, tragen wir Brillen, hinter denen wir unsere Augen verstecken können. Oder wir schauen einfach vorbei und nicht hin. Die Qualität der Kommunikation nimmt ab und die Quantität wird weniger. Die gegenseitige Anerkennung und Bewunderung bleibt sukzessive aus, denn wir haben Angst, den anderen zu übervorteilen. Und glauben gelernt zu haben, dass es besser sei, nicht als erster emotional zu werden. Wir denken, Gefühle zeigen ist eine Schwäche. Die Gemeinsamkeiten kann man immer weniger gemeinsam erleben. Gemeinsamkeiten mutieren zu Einsamkeiten. Der Wert unserer Verbundenheit nimmt Schaden. Der Umgang miteinander wird unverbindlicher und aggressiver.Eine Entwicklung der man entgegen wirken kann. Immer. Sofort. Jeder. Überall.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 08:35

Donnerstag, 31. Juli 2008

Sichtweisen

Dieses Foto hat mein 5-jähriger Sohn gemacht. Er hat seit einiger Zeit eine alte Digicam von mir und macht jetzt ständig von allem Fotos. Irgendwann war der Chip voll. So habe ich die Bilder von der Kamera herunter geladen und dabei dieses Foto entdeckt. Es zeigt mich vertieft in der Arbeit. Ich habe es nicht bemerkt, als er das Foto gemacht hat, weil ich im Kreativtunnel war. Da bekommt man von der Außenwelt nur wenig bis gar nichts mit. Beim Anblick dieses Bildes ist mir noch mal klar geworden, wie unterschiedlich Wahrnehmung funktioniert. Diese Szene habe ich bewusst nicht mitbekommen. Aber mein Sohn. So sammelt mein Sohn wie jeder andere Mensch Sichtweisen, die nur der Einzelne so wahrgenommen hat. Das muss man berücksichtigen. Unsere eigene Wahrnehmung hat keinerlei Allgemeingültigkeit sondern ist so individuell, wie das Individuum selbst. Die meisten Menschen gehen davon aus, dass ihre Wahrnehmung genau diejenige ist, welche der entspricht, die alle zum Großteil haben. Das ist ein kompletter und großer Irrtum. Viele Milliarden von anderen, unterschiedlichen, andersartigen Aspekten von der Schwangerschaft bis heute stehen dem gegenüber. Genau diese Einstellung zeigt die Überheblichkeit und die Arroganz mit der wir glauben, Recht zu haben.Wir können nicht mit den Augen anderer Menschen sehen. Und wenn würde uns das nichts bringen, denn wir würden nur das sehen, was wir sehen können, wollen und sollen. Mit dem Hören, Schmecken und allem anderen verhält es sich gleich. Somit beruht Kommunikation auf einigen wenigen Aspekten, die von allen gleichermaßen verstanden werden. Alles andere funktioniert nur schwer bis gar nicht. Primär-Aspekte der Kommunikation sind gleichzusetzen mit Primär-Bedürfnissen. Und die heißen nicht ABS, Airbag, MMS oder wie auch immer man uns mit sinnlosen Botschaften konfrontiert und gleichermaßen bombardiert. Es sind Aspekte wie Freiheit, Unabhängigkeit, Sicherheit, Wohlstand, Glück, Zufriedenheit, Liebe, Freundschaft und einiges mehr. Somit kann man sich viele Worte und viel Geld sparen, wenn man sich auf das Wesentliche konzentriert und reduziert, das was bei Menschen wirklich ankommt. Gefühle, die sich positiv auswirken. Mit Argumenten kann man keine Gefühle wecken. Wer jedoch die richtigen Gefühle auslöst, der braucht nicht mal Argumente.Also, Kommunikation ist eine Frage der Sichtweise. Und die ist für alles andere als Primär-Bedürfnisse nicht einwandfrei bis gar nicht zu beantworten.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:56

Mittwoch, 30. Juli 2008

Business-Posing

Im Business hat längst das Posing Einkehr gefunden. Die Wirkung und Stärke vom Business-Posing ist an keinem spurlos vorüber gezogen. Man zeigt, was man vorgibt zu sein. Eindruck machen. Eindruck schinden. Sich positionieren. In Szene setzen. Der gefühlte Eindruck ist oft wichtiger als die Wirklichkeit. So ein "als ob" ist das oberste Gebot. Dabei sind Verhaltensregeln sehr wichtig. Aber auch alles andere bis ins Detail. Von der Armbanduhr bis zur Bemerkung, alles dient dem Eindruck, den man macht und hinterläßt. Wissen, wann man sich duckt und unterwirft. Wissen, wann man auf dicke Hose machen muss.Um Inhalte kann man sich dabei kaum noch kümmern, man muss auf zu viele Details achten und diese beherrschen. Mitreden können ist unglaublich wichtig. Bei allem, wenn es geht. Von allem so viel Wind bekommen, dass man einen Text dazu platzieren kann.Man steckt sein Revier ab. Und wenn es nur für die Dauer eines Meetings ist. Letztendlich müssen einen die Richtigen lieben und die Richtigen hassen, dann geht was. Es kommt nicht so sehr darauf an, was man sagt. Die Leute hören ohnehin nicht mehr zu. Sie sind mit dem beobachten und vorbereiten ihres Auftritts so sehr beschäftigt, da können sie nicht auch noch zuhören.Der sachliche, fachliche Inhalt ist längst verschütt gegangen. Trainer müssen eine gute Figur vor der Kamera machen. Das ist viel wichtiger als auf dem Trainingsplatz. Vor-Poser haben Konjunktur. Das sind Leute, die nichts können, dabei aber eine fabelhafte eloquente Figur machen. Die smart sind, die reden können und eine gute Erscheinung machen. Für den Inhalt sind dann Leute im Hintergrund zuständig. Noch nie war gutes Aussehen und gutes Auftreten so wichtig für eine Karriere. Darum schreit die ganze Wirtschaft ja auch nach qualifizierten Mitarbeitern, weil überall nur Poser zu sehen sind. Und einer muss sich ja das Richtige ausdenken können und umsetzen können. Und an denen fehlt es an allen Ecken und Kanten. Warum etwas lernen, wenn man nur eine gute Figur abgeben muss. Mitreden können muss. Und im Fahrwasser der Trends sich nur im vorderen Mittelfeld mitreißen lassen muss?

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:56

Dienstag, 29. Juli 2008

Energie

Lange stand da im Blog als Entwurf ein Beitrag über das Wort „Energie“. Doch die eigene gewählte Beschreibung des Begriffs gefiel mir nie. Die Dimension, die eigentliche Größe, das unglaubliche Wirkungsfeld von Energie kam nie so richtig rüber. In meinem Verständnis ist Energie alles. Da, wo Energie durch einen Körper fließen und strömen kann, zwischen zwei Menschen, oder Gruppen, da ist so gut wie alles möglich. Energie fließt aber auch zwischen dem Pianist und seinem Flügel, dem Gärtner und seinen Blumen, dem Fisch und dem Koch. Energie fließt zwischen allem. Allem? Nein, oft wird diese gebremst, muss durch einen Flaschenhals oder kommt ganz zum erliegen. Wenn Energie nicht oder nur schwer fließt, dann kommt dabei nichts raus. Wenn man in der Stadt ist oder zwischen den Bergen, dann kann man spüren, wie wenig Energie auf versiegelten Flächen fließt und wie viel auf unversiegelten Flächen, wie in den Bergen, auf einem See oder am Meer. Energie treibt uns an. Die Lust, die Motivation, die Intuition, die Kraft, die Ausdauer, alles wird maßgeblich gesteuert durch die Energie.Unsere Welt, in der wir leben, ist oft ohne Energie. Wenn ich nur an diese toten Konferenzzimmer denke. An diese ebenso toten Meetings. An Büros. Wir sind ständig an Orten, an denen Energie überhaupt nicht fließen kann. An Orten, an denen alles zum Kraftakt wird. Die kleinsten Aufgaben kann man nur mit großen Mühen bewältigen, weil einfach die Energie fehlt. Alles andere zieht einen zusätzlich runter. Und wenn man dann noch Energiediebe in seinem Umfeld hat, wird es mehr als kritisch. Mir haben diese Umfelder spürbar nicht gut getan. Und dabei sollen am Ende des Tages Menschen und Unternehmen davon profitieren, wie gut meine Ideen funktionieren. Dabei ist denen natürlich egal, wie energetisch mein Umfeld ist. Schaut ja auch keiner in die Küche eines Restaurants, um zu sehen, was für ein ideales Umfeld sich der Koch geschaffen hat, um gut kochen zu können. Irgendwann wird einem klar, dass man für diese wichtige Energie selbst sorgen muss. Man muss sich Orte suchen, Menschen, Umfelder, Aufgaben, Zeiten, die voller diese Energie sind. Wo die Funken nur so sprühen. Aus dem Grau des Alltages muss eine bunte Welt werden. Wer nun denkt, dass ist ja toll und einfach, der wird sich wundern, wie sehr andere neidisch auf einen sind, wenn man sich dieses Umfeld, diese Umwelt schafft. Wer anfängt, sich Freiheiten zu schaffen, damit die so wichtige Energie überhaupt in positive Ergebnisse fließen kann, der muss ständig Widerstände überwinden, denn die meisten Menschen wollen lieber Leidensgenossen um sich herum haben, die in derselben Tretmühle sind wie sie selbst. Wer sich befreit, um sich überhaupt in den Zustand zu versetzen, gut zu sein und besser zu werden, der fängt an gegen Hindernisse zu kämpfen. Man gönnt sich die Energie nicht. Die Freiheit. Die Unabhängigkeit. Obwohl doch der Erfolg und das Ergebnis davon abhängig ist. Ich habe das früh gespürt und früh erkannt. Darum bringe ich mich so oft es sein soll und muss in Umfelder und in eine Umwelt, in der ich auftanken kann. In der die Luft brennt. Damit ich das erzielen kann, worauf es ankommt - Erfolg.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 09:34

Montag, 28. Juli 2008

Ich bin Bahn-Fan

Ja, ich bin bekennender Bahn Fan. Ständig werde ich dazu aufgerufen, meine Liebe zur Bahn zu erklären. Als Fan der Bahn hat man es nicht leicht, weil man sich ständig verteidigen muss. Aber das ist mir völlig egal. Die Bahn ist geil.Das Auto bleibt mehr und mehr stehen und wird mehr und mehr zur Nebensache. Wenn ich kann, bevorzuge ich immer die Bahn. Und allen Nachteilen der Bahn, die man mir so an den Kopf wirft, weiche ich lächelnd aus, denn diese stehen in keinem Verhältnis zum Auto.Die Nutzung der Bahn deckt sich mit meinem ökologischen Gewissen. Zudem spare ich unglaublich an Benzinkosten. Ich stehe in keinem Stau. Und das Verhältnis von pünktlich und unpünktlich ist im Verhältnis zum Auto total zu vernachlässigen. Es ist mehr eine Kultur, dass man auf der Bahn herumhackt wie auf der Telekom und der Post. Es sind die Lieblingsfeindbilder der Deutschen neben den Bayern. Wenn ich morgens in die Bahn einsteige, dann beginnt das Erlebnis schon auf dem Bahnsteig. Man sieht dieselben unbekannten Menschen immer und immer wieder. Somit fühlt man sich schon mal nicht allein. Sondern jeden Tag bricht eine kleine Truppe auf, wieder einen guten Arbeitstag zu erleben. Jeder dieser Menschen, die ich überhaupt nicht kenne, zeigt mir, dass es vielen ähnlich geht wie mir. Wenn man in den Zug einsteigt, kommen Gewohnheiten zum Vorschein. Die einen steigen immer ganz vorne ein, die anderen ganz hinten. Gründe gibt es für beides. Aber es eher eine Typfrage. Im Zug passiert jeden Tag dasselbe Schauspiel. Wo setzt man sich hin und neben wen, wenn nicht eine ganze Bank und die gegenüber frei ist. Die Menschen platzieren sich so, dass niemand jemanden direkt neben sich oder auch gegenüber haben will. Jeder will im Zug alleine sein. Wie im Auto. Was ein Widerspruch ist, denn der Zug wie der Bus basiert auf dem Prinzip der Gemeinschaft. Aber es ist schon lustig zu sehen, wie jeder beglückt ist, wenn man sich nicht neben ihn setzt. Mir geht es nicht wirklich anders. Anstatt es als Chance zu sehen, mit jemanden ins Gespräch zu kommen, will man lieber seine Ruhe haben in der Bahn. Doch manchmal passiert es. Zwei kommunikative Menschen kommen ins Gespräch. Ich mache das gerne. Es sind immer sehr interessante angeregte und engagierte Gespräche. Aber das kommt nicht so oft vor. Wenn man Zug fährt, überfällt einen schnell eine gewisse Schwere. Viele schlafen umgehend ein im Zug. Das Zug fahren entspannt die Menschen so sehr, dass sie oft schnell einnicken. Das sind oft komische Bilder von Menschen mit offenen Mündern, die im Schlaf immer hin und her wanken. Irgendwann muss man dann sein Zugticket vorzeigen. Das ist die einzige Berührung mit dem Bahnpersonal. Der Ausblick, den man an sich vorüberziehen lassen kann, ist nie derselbe. Gerne schaue ich aus dem Fenster und suche nach Veränderungen, Anderem, Neuem oder wie Berge heute aussehen, der See, die Felder. Es gibt immer einen Eindruck zu erhaschen. Kein stop and go. Kein Stau. Kein auf die Straße achten. Auf den Hintermann. Auf LKWs. Der Körper ist im Zug zum Nichtstun verdammt. Ich liebe das. Nichts. Das nichts machen müssen. Einfach ankommen. Der Bahnhof in München ist ebenfalls eine Welt für sich wie jeder Bahnhof. Man begegnet immer neuen und anderen Geschichten. Ich sauge das geradezu auf. Den Kontakt mit der Welt anderer Menschen. Im Auto hat man das nicht. Im Bahnhof stehen Schulklassen und Reisegruppen. Da schleichen ältere Ehepaare im Mäuseschritt zum Bahnsteig. Da warten sehnsüchtig Menschen auf andere Menschen. Herzzerreißende Abschiedsszenen spielen sich da täglich ab. Im Bahnhof menschelt es unglaublich. Menschen aus allen Ländern, alle Hautfarben sind zu sehen. Die einen warten. Die anderen schon lange. Und dann rennen immer wieder welche, um noch den Zug zu bekommen. Den Zug verpassen ist ein besonderes Schauspiel. Immer wieder irren Menschen auf dem Bahnhof herum, steigen in den falschen Zug. Alle regen sich gerne über die Bahn auf. Ich nicht. Auch wenn der Zug mal später kommt oder viel später. Na und. Ist doch keine Absicht. Auch wenn der Zug mal auf der Strecke anhält, um einen anderen vorbei zu lassen. Läuft bei der Bahn mal was nicht hundertprozentig, sind alle direkt auf der Palme. Ich nicht. So ist das Leben, denke ich mir dann. Entspann dich. Was sind schon Minuten, wenn man Stunden im Stau stecken könnte.Lesen. Es wird unglaublich viel gelesen in der Bahn. Das geht. Im Auto geht das nicht, wenn man selbst fährt. Ich würde gerne mal wissen, wie viele Bücher von allen Büchern, die in Deutschland gelesen werden, in Zügen gelesen werden. Und wie viele Zeitschriften. Von der Größenordung haben wir keine Vorstellung. So trägt die Bahn etwas zur Bildung bei. Das Auto leistet das nicht.Man kann immer etwas ändern und verbessern an einem Zustand. Man kann immer Kritik üben. Wenn mich jemand fragen würde, was kann oder soll die Bahn tun, dann würde ich antworten: Geht mit der Zeit. Rennt nicht immer hinterher. Geht einfach mit der Zeit und seht das große Potential, die große Chance, die Menschen aus den Autos auf die Schienen zu holen.Da lauern Millionen von Businesskunden, die jeden Tag auf einer Autobahn auf dem Weg zur Arbeit im Stau stehen. Die gar nicht wissen, wie einfach und angenehm es sein könnte, wenn sie den Zug nehmen würden. Die Bahn ist die intelligentere Lösung für all diejenigen, die lösungsorientiert agieren, die besser ankommen wollen. Einen guten Manager zeichnet doch aus, dass er mit möglichst wenig Aufwand, hoher Laufruhe, qualitativ hochwertig, möglichst schnell ans Ziel gelangt. Wer da noch ständig das Auto benutzt, wo eine Alternative besser wäre, der beweist doch, dass er offensichtlich noch nicht zur Klasse der Manager zählt sondern dass der Status Auto ihm wichtiger ist als der Ergebnis seiner Leistung. Also lieber mit einem Q7 jeden Tag 2 Stunden auf der Autobahn verlieren, als 2 Stunden durch den Zug für sich oder die Arbeit zu gewinnen. Denkt mal darüber nach, wie es besser geht.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 08:14

Sonntag, 27. Juli 2008

st. gotthardt passstrasse

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 15:40

Freitag, 25. Juli 2008

Persönlich beleidigt

„Da bin ich jetzt aber persönlich beleidigt.“ Diesen Satz habe ich nicht oft, aber im Laufe eines und in diesem Fall meines Lebens schon mal hier und da vernommen. Mein Tun oder eben Nichttun, hat dazu geführt, dass jemand sich zu diesem Ausspruch aufgefordert fühlt. Dabei ist der Status „beleidigt sein" doch immer persönlich. Warum dann noch mal darauf hinweisen? Hinweisen, wie tief der Stachel sitzt. Die Gründe, die zu solchen Aussagen führen und auch die Personen, welche diese Aussage getätigt haben, haben persönlich viel miteinander gemein. Sie nehmen viel zu viel persönlich. Dazu sind es meist Menschen, die nachtragend sind. Und es sind Menschen, die wirklich glauben und davon überzeugt sind, dass man im Leben weiter kommt, in dem man die anderen mit Vorwürfen überschüttet. Die Situationen waren es zum überwiegenden Teil nicht wert. Sondern sie haben aus der berühmten Mücke den ebenso berühmten Elefanten gemacht. Aber das schlimmste an diesen Situationen sind die Situationen selbst. Peinlich. Was soll man antworten, wenn jemand sagt "Ich bin persönlich enttäuscht."? Ist mir doch egal, was du bist. Oder lös dein Problem und lass mich damit in Ruhe. Überprüfe mal Deine Erwartungshaltung. Deine Bewertung der Situation ist völlig unverhältnismäßig. Aber im Laufe der Zeit hat man gelernt, diese Provokation an sich vorüber ziehen zu lassen. Wenn jemand nicht das bekommt, was er will, dann darf er natürlich enttäusch bis hin zu beleidigt sein. Aber das Anderen zum Vorwurf zu machen, verändert die Ausgangssituation überhaupt nicht. Das Nachher bleibt wie das Vorher. Nur die Stimmung ist den Bach runter.Aber so sind Sie nun mal die Menschen. Anstatt in erster Linie mal ihren eigenen Rucksack zu tragen, stopfen sie anderen Menschen noch ihren Mist mit rein.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 08:55

Donnerstag, 24. Juli 2008

Aktion gegen den Werbemonolog - für den gepflegten Werbedialog

Lang ist es her, da wusste man schon, dass Werbung im Sinne von Wirkung über den plumpen Monolog hinausgehen muss. Es ist so lang her, dass statt dem Wort „Schwarzer*“ dort ein Wort thronte, dass sich heute nicht mehr ziemt. Schwamm drüber. Werbung, die nur das sichtbar macht, was man ohnehin sieht oder nur das beschreibt, was ohnehin zu lesen ist, fällt unter die große und völlig wirkungslose Gruppe der Werbeverfehlungen.Leider fehlt oft der Glaube daran, wie Kommunikation wirklich funktioniert. Vom Wissen darum ganz zu schweigen. Deshalb besteht der Großteil der Werbung aus Werbeverfehlungen. Was daran liegt, dass die Verursacher denken, die Zielgruppe versteht nur das, was man sagt und sieht. Und das muss so etwas von eindeutig sein, dass damit gute Kommunikation unmöglich wird. Ausgeschlossen.Denn wirkungsvolle Kommunikation löst einen Dialog mit der Zielgruppe aus, welcher sich im Bewusstsein verankert. Dialog bedeutet, dass eine Aktion zwischen Sender und Empfänger ausgelöst wird, welche über die reine Wahrnehmung hinausgeht. Und welche zu einer weitergehenden Verarbeitung der Botschaft führt. Beim Betrachter einer Werbebotschaft soll somit eine Wirkung ausgelöst werden, welche positiv sein muss. Die Marke, das Markenversprechen soll zu einem Spitzenplatz im Relevant Set führen. Denn die Markenentscheidung führt letztendlich zur Kaufentscheidung. Wer da vorne ist, ist auch am Ladentisch vorne. Wenn man aber kontinuierlich Botschaften aussendet, welche zu keinerlei Dialog führen, bleibt die gewollte positive Werbewirkung aus. Man muss einfach wissen, dass jede Botschaft unweigerlich auf eine Assoziation trifft. Ja, es ist kaum zu glauben, aber die Zielgruppe denkt. Und zwar was sie will. Und nicht so, wie die Werbung will. Sprechen wir in der Werbung von Vertrauen, dann denkt die Zielgruppe an „Misstrauen“. Denn wenn jemand einen von einem Thema so überzeugen will, dann hat er offensichtlich genau damit ein Problem. Warum reitet er denn so darauf herum. Ein weiterer weit verbreiteter Fehler in der Werbung ist – die Problembehebung. Anstatt die Stärken zu stärken, wird kontinuierlich versucht, die Probleme zu beheben, mit dem unweigerlichen Ergebnis, diese sukzessive zu verstärken.Das ist so, als ob man chronisch unpünktlich ist. Und selber ständig allen erklärt, dass man nicht unpünktlich ist. Was den Fokus auf das eigentliche Problem verstärkt. Man macht sich so zum Super-Unpünktlichen. Ist der Unpünktliche aber genau derjenige, der den besten Wein mitbringt, dann sollte er diese Stärke in den Vordergrund stellen. Der mit dem besonders guten Geschmack, den er gerne mit anderen teilt. So oder so ähnlich.Werbung wäre so einfach, so gut und so viel wirkungsvoller, wenn die Entscheider und Macher nicht ihren eigenen Horizont als Maßstab nehmen würden und wenn diese Ihre Zielgruppen nicht für dumm halten und dumm verkaufen würden. Und wenn Sie Wissen nicht voraussetzen würden. Also - Dialog statt Monolog. Was soll bei der Zielgruppe als positive Botschaft in guter Erinnerung bleiben? Das kann Werbung leisten, nicht mehr und nicht weniger. Reden Sie über die Stärken und bringen Sie den Mut auf, dass jede Kommunikation auch eine Stück weit eine Begegnung und eine Überwindung darstellt. Unverständnis, Irritation, Verwunderung, Andersartigkeit und so weiter sind alles wesentlich wirkungsvollere Instrumente im Sinne von Werbewirkung. Das müssen Sie nicht wissen, aber glauben sie wenigstens daran.

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 07:19

Mittwoch, 23. Juli 2008

Vollkontakt mit der Vergangenheit

Manchmal passiert es. Da wird man auf einmal voll mit seiner Vergangenheit konfrontiert, wenn sich jemand von damals meldet und das so ca. 20 Jahre her ist. Dann muss man erst mal nachdenken. Was war damals. Wie war es. Und was ist alles heute.Und man bemerkt schon beim überfliegen der letzten 20 Jahre, wie sehr der Mensch heute ein anderer ist als der von damals. Der Vorteil beim Kontakt per Mail und Telefon ist, dass man sich nicht sieht. Somit fällt das äußerliche Altern und der körperliche Verfall weg. In meinem Fall bin ich darüber nicht ganz unglücklich. In der Vergangenheit war alles schöner. Das abgleichen mit der Realität ist nicht leicht. Was hatte man doch für Träume, für Vorstellungen, Einstellungen und Meinungen. Die Welt lag noch vor einem und zu Füßen. 20 Jahre später sieht das anders aus und fühlt sich anders an. Die Zeit hat Spuren hinterlassen. Vieles hat sich nicht bewahrheitet und nicht erfüllt. Wenn man so einen Zeitsprung macht, erschrickt man vor sich selbst. Wie man damals drauf war. Welchen Eindruck man auf Menschen gemacht hat. Der Spiegel, in den man schaut, ist für die Länge des Gespräches 20 Jahre jünger. Das ist nicht immer ein gutes Gefühl. Denn es verrät einem auch, was alles anders gelaufen ist. Was absehbar war und man nicht in der Lage war zu verändern und zu verhindern. Die vielen verpassten Chancen. Aber auch das große Glück, das man hatte. Wenn einen die Vergangenheit mal einholt, dann kommen alte Gefühle wieder hoch. Will man das? Die Konfrontation mit damals ist zwar sehr bewegend, aber nicht nur schön. Zwei Leben laufen unabhängig voneinander weiter. Und plötzlich treffen sie noch mal aufeinander. Natürlich versucht man, seinen Lebensweg und sein Lebenskonzept unter ein gutes Licht zu stellen. Aber man bemerkt schon während des Gesprächs, das man der Versuchung nur schwer widerstehen kann, dem anderen auch was zu verkaufen. Warum nur? Ist doch alles ganz gut gelaufen. Nach einer so langen Zeit vergleicht und bewertet man. Schade eigentlich. Man ist so damit beschäftigt, einen guten Eindruck zu hinterlassen, dass man über die Oberflächlichkeit nicht hinweg kommt. Was soll man auch erzählen nach 20 Jahren? Was interessiert mich an einem Menschen, den ich 20 Jahre nicht erlebt habe.Das Schöne ist, dass jemand nach einem Ausschau gehalten hat. Nach einem gesucht hat. Das ist irgendwie ein schönes Gefühl. Da hat sich jemand an einen selbst erinnert. Und man würde ja nicht Kontakt suchen, wenn die Erinnerung der Horror wäre. Das schmeichelt einem. Aber die spürbare Distanz der 20 Jahre ist schwer zu durchdringen und zu überwinden. Das ist eigentlich schade. Man bemerkt, dass einem jetzt die Gemeinsamkeiten fehlen. Und die, die es gab, liegen lange zurück. Die fehlende Kommunikation steuert ein weiteres nicht erquickliches Moment bei. Man trifft jemanden wieder, aber irgendwie beginnt es fast bei Null. Ist schon seltsam, wenn einem die Vergangenheit so unerwartet einen Besuch abstattet. Das wird mich sicher noch eine Zeit beschäftigen - bis der aufgewirbelte Staub der Vergangenheit sich wieder gelegt hat.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:40

Montag, 21. Juli 2008

Positiv

Was für ein schönes und wichtiges und gutes Wort. Seit HIV hat es in der öffentlichen Wahrnehmung eine Verschiebung in der Bedeutung bekommen. Aber grundsätzlich ist es ein sehr schönes Wort. Wie schön ist das, wenn einem die Persönlichkeit diese Grundeinstellung mit auf den Lebensweg gegeben hat. Positiv den Dingen begegnen. Positiv denken und handeln. Und andere Menschen an dieser schönsten aller menschlichen Energien teilhaben lassen. Na sagen wir mal zweitschönsten. Man wacht eben anders auf. Man schläft anders ein. Man schläft anders. Der Tag fühlt sich völlig anders an, wenn man eine durchweg positive Einstellung hat. Aber wie gesagt, keine künstliche, sondern eine, die dem Inneren entsprungen ist. Aufgesetztes positives Verhalten ist wie ein Kartenhaus, kaum kommt Bewegung in die Sache, stürzt es ein. Positive Menschen haben das Privileg und die Verantwortung, andere mitzunehmen. Nicht zu viele. Sonst leidet diese wunderbare Kraft. Es muss immer wieder Zeit bleiben, den Tank wieder aufzufüllen. Man kann nicht endlos Energie an andere abgeben, ohne dass dies auf Dauer folgenschwere Schäden mit sich bringen würde. Das ist so, als ob man mit seiner eigenen Körperwärme kaltes Wasser in einem Bottich aufwärmt. Irgendwann kühlt man so aus, dass man raus muss, um selbst wieder Wärme zu tanken. Und erst dann kann man wieder in den Bottich steigen. Würde man länger bleiben, würden der Körper und die Psyche Schaden nehmen. Und davon hat niemand etwas.Man muss positiven Menschen auf Grund ihres großen Wirkungsgrades immer diese Möglichkeit einräumen. Sonst geht diese Energie verloren. Und es ist nicht mehr oder weniger die schöpferisch leistungsfähigste Kraft, die der Mensch aufzubieten hat.Darum bin oft verwundert, wie sehr gerade positive Menschen belastet werden. Wie sehr man sich an ihrer Energie bereichert, anstatt sorgsam damit umzugehen. Es ist mehr ein parasitäres Verhalten. Man entzieht solange jemandem die positive Energie, bis dieser unbrauchbar wird. Und an seine Stelle tritt einfach der nächste. Damit gibt es wesentlich weniger von diesen besonderen Menschen. Was das Stimmungsbild erklärt, auf das man oft und überall trifft.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 19:21

Freitag, 18. Juli 2008

Ja wo laufen Sie denn?

Orientierung in Zeiten wie diese ist nicht so einfach. Vor allem wirtschaftliche. Der Kompass des gesunden Menschverstandes dreht sich wie wild im Kreis. Nichts scheint mehr normal. Nach platzen der New Economy Blase dachte man, wir wären für Jahre geheilt und würden unkalkulierbaren Risiken aus dem Weg gehen. Dem ist offensichtlich nicht so. Nun hat nicht die Börse völlig überdreht, sondern die Banken. Jeder ist mal dran, so scheint es. Und die Banken wollten da nicht hinten anstehen. So haben Sie auf der Jagd nach den noch besseren Geschäften Dinge getan, die man als Bank nicht tun sollte. Gutgläubig wie Banken nun mal sind, mussten Sie ja davon ausgehen, dass Ihnen so etwas, wie allen anderen nicht passieren kann. Zudem die Besten eines jeden Finanzmarktes die Spitzen dieser Häuser erklommen haben. Und siehe da - falsch gedacht und noch schlimmer gemacht. Ich möchte an dieser Stelle gar nicht die inhaltlichen Fehler aufführen oder die Berge von Summen, die sich da angehäuft haben. Ich möchte nur darauf hinweisen, dass diese Bankenkrise ein weiterer Beweis dafür ist, dass der Mensch zu rationalen Entscheidungen nicht fähig ist. Wie viel Beweise braucht es denn noch, dass wir alles Wichtige Menschen anvertrauen, welche hoch qualifiziert sind. Damit diese einen kühlen Kopf bewahren, wenn es ans Eingemachte geht. Und genau diese zeigen, wenn es darum geht, dass sie dazu nicht fähig sind. Und auch nicht bereit. Es sind halt doch nur Menschen, die menschlich reagieren und agieren. Diese Bankenkrise zeigt eindeutig, dass wir uns besser auf unsere Intuition und unsere Emotionen verlassen. Das heißt nicht, dass solche Bauchlandungen nicht mehr vorkommen, aber in Zukunft wundern wir uns nicht mehr darüber. Der andere Nebeneffekt ist auch nicht von schlechten Eltern. Die Controller unter meinen Bloglesern werden sich jetzt die Hände reiben. Wer die größte Scheiße anrichtet, braucht sich nicht wundern, wenn man vor dem Komma, beim Gehalt ein paar Stellen streicht. Und erfolgsabhängige Bezüge einen weiteren Faktor hinzubekommen, misserfolgsabhängig. Schaut Euch mal an, wie es Steve Jobs von Apple macht. Der bekommt offiziell 1 Dollar Gehalt, aber hat sich eine winzige Gewinnbeteiligung in seinen Vertrag schreiben lassen. Eine, die ihm jedes Jahr über 300 Millionen in seine private Schatulle spült. Mit Recht. Denn er hat es verdient. Wo ist das Risiko für die Bänker, die dafür verantwortlich sind? Da ist keines, darum ist der Schaden ja so groß. Wenn es nur 5 Dollar pro verlorene Million gekostet hätte, dann wäre das sicher nicht passiert. Denn beim eigenen Geld hört der Spaß bekanntlich auf.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 09:00

Donnerstag, 17. Juli 2008

Ein himmelweiter Unterschied

Nicht verlieren wollen. Oder unbedingt gewinnen wollen. Nicht versagen wollen. Oder unbedingt den Erfolg heraufbeschwören. Es sind unterschiedliche mentale Einstellungen, mit denen alle zu einem Ziel gehen. Leider werden die meisten von der Befürchtung begleitet, hoffentlich geht das nicht daneben. Anstatt mit dem guten Gefühl anzutreten, das wird wunderbar funktionieren. Dabei geht es nicht um den Entzug von Realität, dem Ausweichen von Gefahren sondern unter welchem Stern, welcher Chemie, welchem Klima, welcher Motivation man zu einem Ziel geht.In unserer Welt, in der das Risiko, die Kosten, die Schwächen und auch alles andere Negative mehrheitlich im Vordergrund stehen, ist es umso schwerer, alle vom Gegenteil zu überzeugen und mitzureißen. Die Gefahr, die Befürchtung und die Mutlosigkeit sind an der Tagesordnung. Man will das 1:0 über die Zeit retten, mit dem immer selben Ausgang. Wer gewinnen will, hat einen großen Vorteil, wer nicht verlieren will einen großen Nachteil. Letztendlich sind das aber beides nur Einflüsse, die nicht wirklich etwas über den Ausgang aussagen, aber stark die Tendenz beeinflussen können. Und zudem viel über die Qualität verraten. Wer von der Hoffnung beseelt ist, gewinnen zu wollen und zu können, erfolgreich zu sein, der ist schon mental allen anderen weit voraus. Jetzt muss die Fähigkeit und die Bereitschaft, das qualitativ in die Tat umzusetzen, nur noch folgen. Das ist nicht zu unterschätzen. Denn viele mit der richtigen mentalen Einstellung haben vergessen, die Sache um die es geht zu beherrschen. Wiederum haben andere die Sache perfekt im Griff, aber mental die völlig falsche Einstellung. Also, das eine geht ohne das andere nicht. Man trifft immer öfter Menschen, denen es an der richtigen Einstellung fehlt. Die besuchen dann entsprechende Seminare und trotzdem verändert sich signifikant nichts. Weil das eben nur die halbe Wahrheit ist. Man muss das Handwerk schon beherrschen. Nur Chaka-Chaka hilft nicht wirklich, eher gar nicht weiter. Außer einer kleinen kurzfristigen mentalen Welle, die schnell wieder im Sande verläuft, bleibt nichts. Aber wenn die sachbezogenen Qualitäten auf die richtige Einstellung treffen, ist viel mehr bis alles möglich. Nur wie gesagt, keine oft aufzufindende Konstellation in unserer Gesellschaft. Da fehlt es vermehrt an der richtigen Einstellung und zunehmend auch an der Qualifikation. Dieses Leben „light“, das viele führen, verführt auch viele, alles mal so nebenbei zu machen. Im Handstreich sozusagen. Der Hang zu einer gewissen Oberflächlichkeit bleibt da nicht aus. Dies stößt über kurz oder lang eine große Tür für alle diejenigen auf, die von der Qualität, der besten Beschaffenheit und der ständigen Lust getrieben sind, die eigenen Fähigkeiten immer wieder zu verbessern.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:54

Mittwoch, 16. Juli 2008

Weiter

Mach weiter. Weiter. Immer weiter. Nicht erst seit Titan Oli Kahn gilt: It´s not over – till it´s over. Vor dem Hintergrund, dass ohnehin fast alles Zufall, Glück, Fügung und Schicksal ist, ist es von großem Vorteil, wenn man immer weiter macht. Ob man Zeit hat oder keine. Ob man Geld hat oder keines. Ob einem Inspiration, Kondition oder was auch immer fehlt. Das ist völlig egal. Weiter. Hinterm Horizont geht es bekanntlich weiter, singt schon Udo Lindenberg. Ich bin überzeugt, dass alle Begabung und alles Talent nichts wert ist, wenn man die Flinte zu schnell ins Korn wirft. Die meisten stocken. Bleiben stehen. Weichen zurück. Hören auf. Ändern die Richtung. Dabei waren sie näher dran, als sie glaubten. Sie waren auf dem richtigen Weg und sind umgekehrt. Wie tragisch. Wie traurig. Unglaublich viele schlechte Ideen sind erfolgreich geworden, nur weil jemand weiter als andere ging. Immer weiter. Es gibt unzählige Beispiel über Errungenschaften der Menschheit, bei denen man sich ehrlich fragen muss, wie konnte sich das bloß durchsetzen. Ganz einfach - weil jemand bereit und fähig war, weiter und weiter zu machen. Das ist der Stoff, aus dem die Wirklichkeit entsteht. Die meisten haben mal eine Idee und wenn die nicht sofort funktioniert oder auf schnellstem Weg zum Schotter führt, dann wird gleich auf das nächste Pferd gesetzt und umgesattelt. Weiter machen ist natürlich kein Garant für den sicheren Erfolg. Aber es der einzige Weg, damit Erfolg überhaupt möglich wird. Persönlich empfundener Erfolg. Echter Erfolg. Weiter machen klingt leichter gesagt als getan. Weil man nie einschätzen kann, wann man wirklich ankommt. Oli Kahn wollte in seinem Leben eine Sache erleben: Weltmeister werden. Bei allen Erfolgen, die er dabei eingesteckt hat, war das immer sein zentrales Ziel. Er hat es nicht erreicht und wird es als Spieler auch nicht mehr erreichen. Rückblickend bleibt nur festzuhalten, dieses Ziel, dass er nie erreicht hat, hat ihm alles andere ermöglicht. Und so geht es vielen, die mit der Begabung gesegnet sind, weiter und weiter zu machen und zu gehen. Bleibt Herr Kahn nur zu wünschen, dass er nicht darüber verzweifelt, dass einzige wahre Ziel in seinem Leben nicht erreicht zu haben. Dafür aber viel, viel mehr. Somit ist der Vorteil von Menschen, die weiter und weiter machen, dass diese genau mit dieser Einstellung die große Chance habe, grundsätzlich mehr zu erreichen und zu erzielen, als alle anderen. Also, weiter geht´s.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 08:02

Dienstag, 15. Juli 2008

Mit dem Gewissen vereinbaren

Was für eine seltsame Redewendung. Kann man das mit seinem Gewissen vereinbaren. Und wenn nicht? Und wenn doch? Und wenn ich nicht genau weiß, ob oder ob nicht? Und wenn mein Gewissen sich verändert und eine Entscheidung rückblickend in einem ganz anderen Licht erscheint. Zweifelhaft. Gewissensentscheidungen sind zweifelhaft. Man stelle sich mal die Moralvorstellung 1940 vor. Oder die 1970. Geschweige die moralischen Vorstellungen im Jahre 2000. Ob man alleine lebt. Oder später mit einer ganzen Familie. Wo man lebt ist auch nicht ganz unwichtig.Mit meinem guten Gewissen vereinbaren, geht ebenso gut wie mit meinem schlechten Gewissen. Kannst Du das mit deinem Gewissen vereinbaren. Das ist doch wieder so eine rhetorische Frage, welche die Antwort selbst impliziert. Allein die Fragestellung nimmt doch vorweg, dass man das offensichtlich nicht so ganz mit einem 100% guten Gefühl über die Bühne bekommen will. Der Zweifel an einer solchen Entscheidung scheint mir aber wichtig, als nur 100% Entscheidungen zu treffen, bei dem mein Gewissen blöd grinsend nickt. Ich finde das Gewissen kann so einiges ab. Das liegt da mit seinen reinen moralischen Vorstellungen auf der faulen Haut und wenn es ans Eingemachte geht, dann säuselt es etwas wie: Na! Achtung! Ist das auch gut für Dich? Pass auf! Du wolltest doch eigentlich...! Gewissen. Gewissen - was ist das eigentlich genau. Es ist schon mal kein Organ. Obwohl man das glauben könnte, denn nicht wenige Menschen haben gar keins. Als ob das dazugehörige Organ fehlen würde. Es ist so ein Gefühl. Die Summe meiner Befürchtungen und Hoffungen zusammen genommen in einem Gefühlseintopf. Aber man darf sein Gewissen nicht unterschätzen, sonst nimmt die Summe der schlaflosen Nächte überhand. Denn es kann einen offensichtlich ganz schön quälen. Da gibt es kein Mittel dagegen, außer sein Gewissen spürbar zu beruhigen. Schon komisch mit diesem Gewissen. Eigentlich werden Entscheidungen ohnehin emotional getroffen. Eigentlich lassen wir uns ohnehin fast ausschließlich von unseren Gefühlen leiten. Und dann kommt da noch der große Einfluss der Hormone dazu, somit sind wir eigentlich alle vor rationalem Hintergrund zeitlebens unzurechnungsfähig. Trotzdem werden wir von allen zur Verantwortung gezogen. Vor allem von unserem Gewissen. Ich kann nichts wirklich vereinbaren, sondern nur für den Moment entscheiden. Nichts, was ich sage, denke, glaube und weiß, hat eine längere Haltbarkeit als H-Milch. Wie es der Zufall so will und das Glück und das Schicksals, haben einige Dinge in meinem Leben eine beeindruckend lange Haltbarkeit bewiesen. Aber das liegt mehr an meiner Sturheit. Und meiner Ungeduld. Und an meiner Gewissenlosigkeit. Das Leben und der Beruf und das Leben im Beruf scheint mir ein Weg entlang maximaler Plausibilität zu sein. Alles was ich mir ausdenke, ist aus der Summe aller meiner Befürchtungen und Hoffungen entstanden. Aus diesem Eintopf, den alle Gewissen nennen. Und man kann doch unmöglich ein Leben lang dasselbe essen. Das muss einem doch über kurz oder lang zum Halse raus hängen. Man stelle sich nur mal vor 86 Jahre lang Bohneneintopf. Ich glaube, da liegt der Hase im Pfeffer, wenn ich diese Gewissenfrage stelle, gestellt bekomme oder andere diese gestellt bekommen. Ich kann doch nicht mein Leben lang dieselben Entscheidungen treffen. Allein schon, wenn man bedenkt, wie rot man mit 17 war und wie sehr sich die Farbe im Laufe eines Lebens verändert. Was ich für Musik mit 25 gehört habe und was ich heute höre. Alles verändert sich. Aber mein Gewissen soll dasselbe tun, ein Leben lang versuchen, eine moralisch richtige Entscheidung zu treffen. Das ist absurd. Dann würde man ja nie wichtige Grenzen überschreiten, um daraus wichtige und ebenso unwichtige Erkenntnisse ableiten zu können. Das Leben entlang dem guten Gewissen könnte ein Leben in der totalen Langeweile sein. Ein Leben ohne Mut, ohne Risiko. Und das schlimmste, ein Leben ohne Fehler. Vor allem die wichtigen großen. Das alles würde mir wirklich sehr fehlen. Also, ich kann vieles mit meinem Gewissen absichtlich nicht vereinbaren. Aber ich komme immer wieder auf den mir so wichtigen Weg zurück. Können Sie das mit Ihrem guten Geschmack vereinbaren? Ist ebenso irritierend. Man muss sich doch mal ebenso schlechtes wie überragendes zugefügt haben, um überhaupt einen eigenen Geschmack entwickeln zu können. Alles entwickelt sich doch erst im Laufe eines Lebens - die Überzeugungen, die Meinungen, die Einstellungen. Einfach alles ist einer Entwicklung unterworfen. Wie soll ich also von Anfang an wissen, ob mein Gewissen denn Recht hat oder Unrecht. Gewissenhaft wird man doch erst mit einem bestimmten Alter. Leider. Das ist der Moment, in dem das letzte Momentum Kind sich aus einem Körper verabschiedet. Traurig. Sehr traurig. Ich hoffe, ich bleibe bis zum Schluss ein gutes Stück weit gewissenlos.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 11:34

Montag, 14. Juli 2008

Über Wissen und Ahnung

Der Unterschied zwischen Wissen und Ahnen ist wesentlich größer als man gemein hin annimmt. Er ist so groß, dass fatale Fehleinschätzungen die Folge sind.Wissen wir, wie sich Hunger anfühlt? Nicht der Hunger vorm Fernseher oder der, bevor man Essen geht. Nicht der Hunger, bis das Fleisch endlich vom Grill auf dem Teller landet. Nein, ich meine den Hunger, den man hat, wenn man wirklich hungert. Wissen wir, wie sich Durst anfühlt? Nicht der Durst, wenn man vom Rad absteigt und in den Biergarten geht. Nicht der Durst nach dem Sport. Nicht der Durst, wenn man wieder vergessen hat, zwischendurch etwas zu trinken. Ich meine den Durst, der einen verdursten lässt. Wissen wir, wie sich Ungerechtigkeit anfühlt? Oder Armut? Angst? Unsicherheit? Wie es ist, ohne Freiheit und Freiheiten zu sein. Wissen wir, wie sich Krankheit anfühlt? Kennen wir den Schmerz von Verlust? Den von Trennung? Existenzangst? Wissen wir, wie es ist, wenn schlimmste Befürchtungen einen quälen? Wenn Terror einen umgibt? Wenn Willkür an der Tagesordnung ist? Wenn der Tod überall lauert? Wissen wir, wie sich katastrophales Versagen anfühlt? Oder wenn man die Grenzen überschreitet, die Grenzen der Menschlichkeit und der Ethik und die der eigenen Moral? Wissen wir, wie sich das alles anfühlt? Jeden Tag wissen mehr Menschen wie das ist, denn sie sind diesem Umstand ausgeliefert. Das weiß eigentlich jedes Kind. Was nur bedrückend ist, ist die Tatsache, dass die Menschen, die über dieses oder jenes Leid zu entscheiden haben, nicht wissen, wie es ist. Wenn Sie das wüssten, dann würden viele Umstände anders aussehen. Es ist bezeichnend, dass die meiste Kraft zur Veränderung von Menschen ausgeht, die wirklich wissen, wie es ist. Die ein Leben lang gegen ihr eigenes Trauma ankämpfen. Oder die diesem Gefühl so bedrohlich nah gekommen sind, dass sie alles dagegen unternehmen. Es ist die Distanz der Menschen und die unglaubliche Arroganz zu behaupten, zu wissen wie es ist, welche es unmöglich machen, die wirklichen Probleme einfach zu beseitigen. Solange Entscheidungen von Menschen getragen werden, die den Kontakt, die Beziehung, die Verbindung zu der eigentlichen Sache verloren haben, nie aufgebaut haben oder schon immer vermissen lassen, so lange wird es nicht besser. Denn alles, was da aus dem Elfenbeinturm heraus entschieden wird, betrifft die Entscheider nicht selbst. Und es passiert in der Regel weit genug entfernt. Wer wirklich verändern will, der muss wissen, worum es geht. Und zwar nicht im Kopf allein, sondern durch gefühltes Wissen. Spürbares Wissen. Ich muss dabei z.B. immer an Helmut Schmidt denken, der über George W. Bush einmal sagte: „Der Mann war nie im Krieg und hat nie einen miterlebt.“ Aber es gibt unzählige Beispiele, bis in die Religion, Wirtschaft, Kultur, Bildung, Gesellschaft und so weiter, die deutlich zeigen, wie viel von wie wenig Wissen um die Sache geprägt ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 11:00

Donnerstag, 3. Juli 2008

delikatessen

Geschrieben von Daniel Reiter in Fotografie, Bilder, Grafiken um 18:48

Dienstag, 1. Juli 2008

matterhoerner

Das Matterhorn-Prinzip

Wenn etwas unverwechselbar ist. Wenn etwas einzigartig ist. Wenn etwas die Alpha-Beschaffenheit einer ganzen Gattung ist. Wenn etwas weltbekannt ist. Wenn etwas eine spürbare Magie inne hat. Wenn etwas einen so in seinen Bann zieht. Wenn etwas so beeindruckend ist. Wenn etwas so eine Anziehungskraft hat. Wenn etwas keinem gehört. Wenn etwas da ist und niemandem die Rechte dazu gehören. Wenn etwas nicht zu schützen und zu verstecken, geschweige denn zu verbergen ist. Dann wollen alle damit vor allem eins: Geld verdienen.
Und wenn alle damit Geld verdienen wollen. Dann machen Sie damit auch alles. Von sinnvoll bis sinnlos.

Das Matterhorn ist diesem Schicksal ausgeliefert. Kein Berg der Welt ist häufiger zitiert worden. Denn es ist der Berg. Alles andere sind die Berge, er ist der Berg. Kein Berg definiert die Idee der Berge so vollkommen in seiner Form. Deshalb haben die meisten Menschen, wenn sie an Berge denken, das Materhorn vor Augen.

Leider kann man dieses Naturwunder nicht schützen. Es wird gebraucht und missbraucht. In der Verwendung seines Antlitz gibt es keine Grenzen. Kaum etwas ist den niedrigen Begehrlichkeiten der modernen Konsumgesellschaft so ausgeliefert wie das Matterhorn. Es ist nackt. Es kann sich nicht wehren. Nicht ganz.

Jedes Jahr lässt eine nicht geringe Zahl von Menschen ihr Leben an den Wänden des Matterhorns. Weil ihnen die Demut fehlte. Vor diesem Berg der Berge. Weil sie ihn schnell mal erobern, besteigen wollen. Er schubst diese Menschen nicht in den Tod, nein, der Mensch steigt freiwillig auf in den Tod.

Das Matterhorn hat eben kein leichtes Leben. Man sollte der Schweiz das Urheberrecht am Berg geben, und alle, die das Antlitz verwenden, müssen dafür Rechte zahlen und dieses Geld geht an die Natur. So könnte man ihr was zurückgeben.

Und wer jemals auf die Idee kommt sich im Schnee mit einem Bernadiner am Matterhorn fotografieren zu lassen, dem sei gesagt, der Hund hat ganz üblen Mundgeruch. Das ist die Strafe.

Es ist der wohl schönste Berg der Welt, er hätte Besseres verdient, als diese Art der Ausbeutung. In seiner Nähe verweilen zu dürfen, auf Sichtweite ist mystisch. Glaubt mir. Er hat was, was kein anderer Berg hat. Das spürt man.

Text: Christof Hintze Fotos: Peter von Felbert

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 16:52

Montag, 30. Juni 2008

gornergletscher

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 20:20

Die Versuchung der Moderne

Wonach plane und richte ich mein Leben aus? Nach dem roten Apfel der Vergangenheit? Bei dem die Karriere und der Wohlstand, der Status, die Position und die Machtkonzentration, das Big Business im Mittelpunkt und Vordergrund steht. Bei dem materielle Sicherheiten eine wichtigere Rolle spielen als die persönliche Freiheit? Etwas darstellen. Seiner Familie etwas bieten. Sich den Respekt über den Status erringen. Oder entscheide ich mich für den grünen Apfel? Bei dem ich mich von meiner Intuition steuern lasse, bei dem meine emotionalen Wünsche deutlich im Vordergrund stehen. Bei dem ich mir die Fragen beantworte: wo will ich sein, mit wem will ich sein, wie will ich sein? Bei dem die persönlichen Interessen, Neigungen, Talente, Begabungen und Wünsche ganz klar im Zentrum aller Bauchentscheidungen stehen. Der rote Apfel bedingt den Verlust von Unabhängigkeit, gibt mir aber dafür Wohlstand und Sicherheit. Der grüne Apfel bedingt den Verlust von Sicherheit, gibt mir aber dafür Unabhängigkeit und Zeit.Beiße ich in den roten Apfel, werde ich viel Energie und Zeit investieren müssen, mit dem Glauben, an ein Ziel zu gelangen, bei dem sich das alles auszahlt. Tut es das? Hat man es irgendwann geschafft und hat man die so wichtige Zeit für sich, die Beziehung, die Kinder, die Freunde und die Familie? Oder ist das ein Trugschluss? Mich umgeben einige Menschen mit außerordentlichen Karrieren, die eins nie haben – Zeit. Deren Beziehungen zu scheitern drohen oder bereits gescheitert sind. Die ihre Kinder nur sehr selten sehen. Und wenn, fehlt ihnen einfach die Energie, sich emotional mit ihnen auseinander zu setzen. Pizza und Fernsehen. Mehr geht heute leider nicht.Es sind dies so erfolgreiche Menschen, die einen zurückrufen, wenn man sie anruft. Nur 2 oder 3 Wochen später. Sie sind immer im Meeting, abends noch im Büro oder in einem Hotel oder Flughafen auf dieser Welt. Sie ziehen für die Karriere ständig um. Somit können sie keine Wurzeln an einem Ort schlagen und sie können keine Beziehungen pflegen. Kaum sind sie angekommen, sind sie auch schon wieder weg.Dieser rote Apfel des Erfolgs soll Sicherheit bringen und Wohlstand. Tut er das? Wenn ich mich austausche mit so erfolgreichen Menschen, klingt immer die Befürchtung durch, dass morgen schon alles vorbei sein könnte. Dass sie selbst einfach austauschbar wären. Dass sie ständig das Gefühl beängstigt zu versagen und alles verlieren zu können. Das hört sich nicht sicher an, sondern unsicher. Wer in den roten Apfel beißt, sollte das alles wissen. Aus Sicht der Zahlen und numerischen Werte sieht das alles wirklich toll aus. Aber mit dem Blick auf die Gefühle und emotionalen Werte sieht das alles schon ganz anders aus.Aber wer am Anfang in den roten Apfel gebissen hat, der ist drin im System. Und so einfach und schnell kommt man da nicht raus, außer es passiert einfach. Aber nicht aus eigenen oder nur selten aus eigenen Stücken. Sie trinken teure Weine, essen in teuren Restaurants. Sie nächtigen in teuren Hotels und machen Urlaub an sündhaft teuren Orten. Sie können sich vieles, bis alles leisten. Nur eins haben sie nie – Zeit. Und da gibt es bekanntlich nur eine. Und die läuft ab. Es gibt keine zwei Zeiten, die Lebenszeit und die Arbeitszeit. Es ist ein- und dieselbe Zeit. Die auf Sicht rum ist.Der rote Apfel fordert alles. Viel Kraft, Nerven und Energie. Und vor allem sehr, sehr viel Lebenszeit. Diese Investitionen fordert er, jeden Tag. Wer das Tempo nicht mehr mitgeht, ist schnell aus dem Spiel. Wem die Kraft ausgeht ebenso. Aber am Anfang - wollte man da nicht an einem schönen Ort leben? Viel Zeit für sich haben? Für die Menschen und Dinge, die man so sehr liebt. Wollte man nicht das Leben genießen? Durchatmen. Ausatmen. Einatmen. Wollte man nicht innehalten, wenn es schön ist? Verweilen, wo man überwältigt ist? Wollte man nicht gemeinsam die wunderbaren Dinge des Lebens erleben – miteinander. Reisen. Essen. Abende. Feiern. Lachen. Spielen. So viel wollte man sehen, erleben, riechen, schmecken, hören und fühlen. Aber der rote Apfel steht dem ständig im Weg. Keine Zeit. Keine Ruhe. Später. Noch später. Zu spät.Aber der grüne Apfel bereitet einem Angst. Verlust von Sicherheit und Wohlstand. Man kann von Luft und Liebe doch nicht leben. Oder doch? Naiv. Die Rechnungen wollen bezahlt sein. Das gute Leben hat seinen Preis. Von nichts kommt nichts. Wie soll man eine Familie durchbringen, wenn man keinerlei Sicherheiten hat. Wenn der Wohlstand einen nicht dauerhaft begleitet, sondern nur mal streift. Das ist mehr als naiv, nicht die Karriere im Auge zu haben. Oder es ist ein genialer Schachzug, weil man Zeit hat. Zeit für sich. Zeit für die Beziehung. Zeit für die Kinder. Zeit für die Freunde und die Familie. Sogar Zeit für Bekannte. Zeit, Undenkbares zu erleben. Zeit zum Müßiggang. Zeit zum reifen lassen. Zeit zum überdenken. Zeit zum ausdenken. Zeit zum nachdenken. Zeit zum aussprechen und ausreden lassen. Zeit für die schönen Dinge des Lebens. So viel Zeit, dass man sich kümmern kann. Um eine oder die Gemeinschaft. Zeit, um sich zu engagieren, sich einzusetzen. Der grüne Apfel hat was. Er bringt Unabhängigkeit mit. Denkt man. Stimmt das? Nein. Man ist nie wirklich unabhängig. Aber der Druck, um mit einem solchen Problem umzugehen, ist ein ganz anderer. Weil

man mehr Zeit hat. Zeit, um aufzutanken. Zeit, um sich klar zu werden. Zeit, um zu regenerieren. Die Probleme des Lebens erscheinen in einem anderen Licht, wenn man Zeit und Kraft hat für das entsprechende Problem. Sonst schiebt man diese nur vor sich her und vertagt sie. Bis sie wie ein Welle über einen hereinbrechen. Man nimmt die Signale nicht wahr, die Warnsignale, wenn man keine Zeit und Kraft hat. Und dies hat in der Regel Folgen, bis hin zu dramatischen, welche das Lebenswerk bis zu diesem Zeitpunkt völlig in Frage stellen. Ich kenne viele, die in den roten Apfel gebissen haben. Ich habe das auch getan. Aber nur einen großen Biss. Der blieb mir alsbald im Hals stecken, so dass ich ihn durch den grünen ersetzt habe. Das ist jetzt schon über 10 Jahre her. Und wenn ich die 10 Jahre vor den zurückliegenden 10 Jahren damit vergleiche, bin ich überglücklich über diese Entscheidung. Denn bei allen Problemen und Herausforderungen ist mir meine Zeit doch am wichtigsten und liebsten. Vor allem wenn ich diese mit den Menschen und den Dingen teilen kann, die mir besonders nah sind. Es ist für mich ein Privileg. Das wertvollste. Aber mein großer Respekt gilt allen, die sich für den roten Apfel entschieden haben. Denn ich weiß, was in Ihnen vorgeht. Und meine Glückwünsche gelten gleichermaßen allen, die sich für den grünen entschieden haben, denn sie sind dem unendlich schönen Glücksgefühl eines Kindes ihr Leben lang wesentlich näher. Man freut sich wesentlich mehr über viel weniger. Auch das kenne ich, weil ich es gelernt habe. In welchen Apfel hast du gebissen? In den roten oder den grünen?

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:55

Sonntag, 29. Juni 2008

Das Wunder von Wien 2008

Mensch, ist das ein schönes Spiel! Vor allem wenn man Anhänger der Deutschen ist, die nach Schlusspfiff laut Gary Linecker immer irgendwie gewonnen haben. So kommen auch mal Fans von Schalke, Dortmund oder Berlin in das Gefühl, das normalerweise nur wir Bayern Münchner genießen dürfen.Deutschland hat es also wieder mal geschafft! Von allen Experten in Grund und Boden geschrieben nach den dürftigen Auftritten in der Vorrunde oder im Halbfinale, haben sie das Finale erreicht. Zum 13. Mal bei einer EM oder WM. Da bleibt dem Rest der Welt nur neidisches, aber anerkennendes Staunen.Jetzt will ich hier mal auspacken, woran das liegt, dass wir Deutschen so erfolgreich Fußball spielen. Weil wir spielen wie Verkäufer. Wir lassen uns nur an unserer Wirkung messen. Lehrer, Künstler, Beamte, Verwalter, Politiker, Manager, Handwerker. Sie alle arbeiten ihn ihrem Bereich. Aber nur bei Verkäufern zählt am Monatsende das nackte Ergebnis. Und der nächste Monat beginnt wieder bei Null. Null Ergebnis. Null Einkommen. Null Anerkennung. All das muss man sich jeden Monat neu verdienen.Wer das internalisiert hat, für den ist Fußball ganz einfach. Es geht um das Ergebnis, die Wirkung des Tuns auf dem Platz. Frühere Erfolge sind obsolet, uninteressant und werden nicht gezählt.Sollen doch all die Spanier, Türken, Kroaten, Italiener, Niederländer, Franzosen und Engländer weiterhin glauben, sie spielten den besseren Fußball. Dabei gibt es aus gutem Grund keine Gewichtsklassen wie beim Boxen. Logisch wirkt eine Latte wie Mertesacker oder Metzelder nicht so filigran wie ein 1,60-Mann Iniesta, Ribery oder Robben. Ihre Aufgaben sind auch ganz andere. Es geht nur darum, die kleinen, wuseligen Dribbler nicht effektiv werden zu lassen. Zaubern dürfen sie, bitte sehr. Nur eben brotlos. Wenn sie den Medien glauben, die das Prinzip Fußball am allerwenigsten verstanden haben, lesen sie in der Zeitung des nächsten Tages weiterhin lieber von ihrer A- und ihrer B-Note, statt gewinnen zu wollen. Wie beim Eiskunstlauf oder Skispringen. Sie berauschen sich an ihren Haltungsnoten. Ha! Falsche Sportart, Jungs, können wir da nur mitleidig lächeln.Oder die immer wieder verfolgte Legende der Erfolglosen, es ginge darum, große Stars hervorzubringen. All die Xabis, Ronaldos, Snijders und Pirlos rühmen sich ihrer Spielstärke. Wir sind aber bei einem Mannschaftssport, werfen wir heute mal ein, nicht beim Golf oder Tennis. Wahre Sieger werfen ihr Können für ihr Team in die Wagschale. Da wird geballackt, gefringst und gehitzelbergert auf Deubel komm' raus. Wer mal gegen die gespielt und verloren hat, weiß wie es ist, nicht das tun zu können, was man eigentlich machen will: Für sich selbst glänzen. Glatte Spielverderber eben.Wenn es um etwas geht, verstehen das bei uns sogar solche Typen wie Schweini, Poldi oder Lahm, die in allen, nicht deutschen Teams dieser Welt die großen Individualisten wären. Aber höchstens auch nur zweite Sieger, also erste Verlierer. Am besten offenbart sich dieses Wirkungsprinzip beim „moment of truth", beim Verkaufsabschluss. Hier: Das Elfmeterschießen. Der Spieler, der anläuft, kann eine Pirouette drehen, einen Handstand machen oder seine Haare toupieren. Gezählt wird aber nur, ob der Ball ins Netz geht. Egal, ob angeschnitten, gelobbt oder mit der Pike. Jeder Treffer zählt letztlich nur einen Punkt. Verstanden?

Geschrieben von Kai Falkenberg in Deutschland ein Sommermärchen um 07:26

Samstag, 28. Juni 2008

Spielkultur

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 17:52

Improvisationstalent

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 17:47

Elevator pitch

Kürzlich schrieb ich an anderer Stelle über ein vor dem Geschäft aufgestelltes Display, das auf irgendwelche Angebote hinweisen soll. Und heute lese ich mit selektiver Wahrnehmung in einem Prospekt, mit welchem Namen dieses Ding tatsächlich angeboten wird: Kundenstopper!Ist das nicht schön? Hier beschreibt der Name tatsächlich mal die Funktion. Wer hätte da nicht auch gleich gern 5-6 Kundenstopper? Das bringt mich zu einer anderen Frage. Wie heißen denn diese Dinger, die am Supermarkt an der Kasse dafür sorgen, dass man die Waren der Kunden unterscheiden kann? Warentrenner? Kundenmarkierer? Ordnungsbalken?Warum mich das beschäftigt? Aus vielen Gründen. Einer davon ist mein Spezialgebiet der Positionierung. „Was machen Sie beruflich?“ - „Ich produziere Kundenstopper!“ Das hat was.So ein Büroartikelprospekt ist ein wahres Marketingmonster. Da gibt es Karton-Trennstreifen, Trennblätter und Manila-Register, die ich alleine wegen des Namens bestellt habe. Es tummeln sich Ösenhefter neben Eckspannern und Einschlagmappen, die sich von schnöden Ordnungsmappen unterscheiden. Auch suche ich Sicht-, keine Prospekthüllen, wie ich den bunten Bildchen entnehme. Wobei mir beide Begriffe nicht aktiv geläufig waren.Ist ja auch die klassische Schwierigkeit. Beschreiben Sie mit einem Begriff, in einem oder in zwei Sätzen, was Sie tun. So zwischen EG und III. Stock. Neudeutsch „elevator pitch“ oder „story“. „Ich fahre Lift“, gilt nur wenn Sie Liftboy sind.Und von Manila-Registern schwärmen Sie am besten nur so von Büroartikelverkäufer zu Büroartikel-Fachhändler.Die Schwierigkeit liegt natürlich darin, das so zu formulieren, dass es für Ihren Gesprächspartner interessant klingt bzw. der Beginn eines guten Gespräches wird.Deswegen hört man so selten: „Ich schreibe Werbetexte“, „Ich verkaufe Anzeigen“ oder „Ich kontakte mögliche Werbekunden“.“Ich schau’ dir in die Augen, Kleines!“ zieht nicht nur am Telefon nicht mehr. Deswegen mein Tipp: Testen Sie Ihre Elevator Story mal bei der heißen Blonden an der Hotelbar.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 07:26

Freitag, 27. Juni 2008

Gedankenfrische

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 14:17

Einfallsreichtum

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 09:02

Mittwoch, 25. Juni 2008

Geschmackssache

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 14:26

Dienstag, 24. Juni 2008

Hornisse – Wie Angst verfliegen kann

Noch vor ca. zwei Jahren hatte ich tierisches Muffensausen vor Hornissen. Obwohl ich nicht mal weiß, ob mir je eine begegnet ist. Doch da war eine vor Jahren mal in der Wohnung. Jedenfalls habe ich damals einen riesigen Aufwand betrieben, um das Tier aus meiner Umwelt zu verbannen. Ich dachte damals, dass Hornissen unter Naturschutz stehen. Und dass der Stich einer Hornisse um ein vielfaches gefährlicher, brutaler und schmerzhafter als der einer Wespe sei. Eigentlich sofort tödlich. Mein Angst vor Hornissen kann man also als besonders groß be- und umschreiben. Seit geraumer Zeit lebe ich nun in einem Umfeld, wo es Hornissen gibt, die einem fast täglich begegnen. Und auch nicht nur eine. Manchmal auch zwei, drei und vier. Am Anfang dachte ich, das ist das Ende. Aber schnell begriff ich, dass in diesem Ort noch niemand den Tod durch eine Hornisse gefunden hatte. Niemand hatte auch nur eine Story des Grauens über Hornissen auf Lager. Nichts. Wenn ich mich mal auf das Thema zu bewegen wollte, erntete ich nur müdes lächeln. So dass mir nichts anderes übrig blieb, als mich mit diesen Hornissen auseinander zu setzen. Also beobachtete ich Hornissen in meinem direkten Umfeld. Erst aus der Distanz. Einer ziemlich großen. Und dann schmolz die Distanz immer mehr dahin. Zuerst verriet mir das Internet, dass der Stich der Hornisse ebenso sei wie der einer Wespe. Und dort stand sehr viel beruhigendes über Hornissen. Meine Beobachtungen lehrten mich, dass Hornissen eher keine guten Flugkünstler sind. Dabei machten sie auch den Eindruck, dass sie träge seien. Und wenn sie schon mal aus Versehen in einen Wohnraum gelangen, versuchen sie eigentlich alles, um wieder raus zu kommen. Dabei stellen sie sich ziemlich blöde an, denn sie fliegen unentwegt gegen die Scheibe. Und das mit aller Kraft.Sie legen dann Pausen ein. Immer mehr. Und immer längere. Bis sie irgendwann völlig fertig am Boden herumkriechen, wie ein Boxer nach 15 Runden. Hornissen, also denen ich begegne – täglich, sind keine Spur aggressiv. Wovon ich bislang überzeugt war. Meiner Fantasie entsprungen war eine fliegende Killermaschine. Aber so mit der Zeit taten mir die Hornissen richtig leid, bei ihrem Kampf wieder in die Freiheit zu gelangen. So entschloss ich mich ab einem Zeitpunkt, den ermüdeten Hornissen auf dem Weg in die Freiheit zu helfen. Keine Gegenwehr. Nichts. Sondern sie lassen alles über sich ergehen. Mit einer Ruhe, die mich beeindruckt. So setze ich Hornissen einfach wieder vor die Tür. Und das war es. Meine Angst ist einer Fürsorge gewichen. Was für ein Wandel. Und den Wandel habe nur ich vollzogen. Denn was Hornissen über Menschen denken, welche Vorurteile, welche Unwahrheiten diese glauben, ist nicht übermittelt. Und was mit Hornissen geht, dass müsste doch mit ....Die Moral von der Geschicht, glaub deinen eigenen Vorurteilen nicht. Und ist die Angst auch noch so groß, es könnte sein, die bist du schnell und für immer los.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:16

Donnerstag, 19. Juni 2008

Denn sie wissen nicht, was sie tun

Ich weiß nicht, was gerade los ist. Aber aus irgendeinem Grund fühlen sich viele Unternehmen dazu aufgerufen und befähigt, ein Unternehmensleitbild aus dem Boden zu stampfen und somit ins wirkliche Leben zu rufen.Da wird mit großem Aufwand alles formuliert, das leiten soll. Anleiten. Ableiten. Durchleiten. Überleiten. Wir Werbefuzzis werden natürlich nicht mit ins Boot geholt. Wir denken und handeln für ein solches Thema viel zu trivial. Wir dürfen bis auf weiteres mit Krümeln versuchen, Kommunikation zu gestalten. Wenn es aber mal einen Kuchen gibt, bleibt für uns nichts übrig. Hier geht es wirklich um Qualität in der Sache. Da können nur Unternehmensberater zur Seite stehen. Die sich das größte Stück vom Kuchen abschneiden dürfen. Das Ergebnis ist oft ebenso verblüffend wie erschreckend. Auf einer DIN-A4-Seite ist alles zusammengedampft worden, was leiten soll. In die richtige Richtung. Glaubt mir, gerne würde ich euch ein paar Kostproben kredenzen. Aber das würde mich den einen oder anderen Kunden kosten. Denn in den erlauchten Gremien, die so etwas formulieren, sind auch Leute vertreten, die da keinen Spaß verstehen. Was auffällt, ist das sinnlose Appellieren an Verhaltensweisen, was so formuliert natürlich wirkungslos verpuffen muss. Oder auch die ganz großen Worthülsen, die überall immer wieder auftauchen. Das Schöne und wirklich Lustige aber ist, dass die Formulierungen so etwas von generisch sind, dass man sie wirklich für alles benutzen und einsetzen kann. Alles. Machen Sie sich mal den Spaß, nehmen Sie sich ein Leitbild und tauschen Sie den Firmennamen einfach mal aus, mit was Sie wollen. Sie werden sich wundern, das passt immer. Ich frage mich, was soll ein Leitbild überhaupt? Was soll und kann es bewirken. Bei den Mitarbeitern, aber auch in der Außenwirkung bis hin zum Kunden? Was ich da zu lesen bekomme, liest sich immer wie ein Marschbefehl. An Menschen, denen es offensichtlich an gesundem Menschenverstand fehlt. An Orientierung. An Wissen. An Erfahrung. An Gemeinschaftssinn. An allem. Diese Leitbilder entmündigen geradezu die Menschen, an die sie gerichtet sind. Sie degradieren Menschen und reduzieren Menschen auf die reine Funktion.Ich würde mal gern ein richtiges Leitbild für ein großes Unternehmen machen dürfen. Das sich an alle richtet. Und klar zeigt, wo es lang geht:Der Titel lautet: The Rock ‘n Roll Company.Der zentrale Leitgedanke lautet: „We will rock you“ Und dann würde ich nur Zitate aus großen Rock-Songs verwenden. Oder so was wie: "Shut Up 'N Play Yer Guitar" Und ich würde Rock-Konzerte veranstalten. CD-Editionen damit verbinden. Das erste Leitbild das „laut und geil“ ist. Dann würde ich einen fetten Rock-Song komponieren lassen, der das gesamte Leitbild auf den Punkt bringt. Den Vorstand würde ich auf einer Bühne fotografieren lassen, wie bei einem Rock-Konzert vor 80.000 begeisterten Fans rsp. Kunden. Ach, ich träume wieder. Also, zurück zur Realität. Zurück in die Reihe.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 09:18

Mittwoch, 18. Juni 2008

Konsumwaffe: Neid und Missgunst

Der hat das und ich nicht. Wer kennt das nicht, dass man vor allem das haben will, was andere haben. Was schon in der frühen Kindheit begann, setzt sich ein Leben lang fort. Gerade das ist am reizvollsten, was andere haben. Diese Art von Neid und Missgunst setzt sich sogar über jeden relevanten Nutzen hinweg. Somit stellt sich nicht die Frage, brauch ich das, sondern es macht sich vermehrt das Gefühl breit: Das will ich.Wie kann das gehen, wenn doch alles so logisch sein soll, wenn wir doch so besonnen alles abwägen. Den Preis, die Ausstattung und was es sonst noch so gibt. Wenn es allein genügt, dass es ein Anderer hat, dann kann man auf den ganzen anderen Rest ja verzichten. Ja, wenn es der Andere hat. Jeder weiß, dass es so etwas gibt. Jeder weiß, das was andere tragen und oder besitzen, ist für uns erstrebenswert. Vor allem wenn es Grund zum Neid gibt. Schönere Männer. Erfolgreichere Männer. Männer, die mit einem im Wettbewerb stehen. Jeder genießt das Gefühl der Überlegenheit, wenn man etwas hat und man physisch spürt, ab jetzt will er es auch. Das geht soweit, dass man sich sogar Dinge anschafft nur um den Neid und die Missgunst der Anderen zu spüren. Der Nutzen, der Sinn ist völlig egal, Hauptsache man empfindet dieses schöne Gefühl der Genugtuung. Da machen sich Firmen so viele schlaue Gedanken über ihre Produkte und Dienstleistungen und dabei konsumieren das viele nur, um andere neidisch zu machen, oder den eigenen Neid zu befriedigen. Ein seltsames, aber konsumförderndes menschliches Verhalten. Wenn sich jemand fragt, warum ich das alles schreibe? Ganz einfach, oft reden Menschen in meiner Gegenwart darüber, dass der Neid und die Missgunst in unserer Gesellschaft immer größer werden. Es sei kaum noch auszuhalten, das Menschen, die etwas erreicht haben, sich fast verstecken müssen. Dabei liegt die Antwort doch auf der Hand. Die Geister, die wir riefen. Wenn ein Großteil der Kommunikation diese Gefühle gebraucht, um ihre wirtschaftlichen Ziele zu erreichen, dann darf man sich nicht wundern, wenn das dafür nötige Verhalten sich in dem Maße steigert, wie dieses für das Erzielen der Interessen eingesetzt wird. Das ist mit den Essstörungen nicht anders und mit anderen Verhaltensauffälligkeiten ebenso.Wir denken, das geht alles spurlos an uns vorüber. Wir sind so schlau, dass wir unbeeinflusst davon bleiben. Der Neid und die Missgunst gehören zu den schönsten Konsumwaffen. Deshalb werden diese ja auch so zahlreich und wirkungsvoll eingesetzt. Unangenehme Nebenwirkung ist eben die Veränderung in der Gesellschaft. Plötzlich tauchen Neid und Missgunst überall auf. Und das immer mehr.So ist das, wenn man Waffen in die Hand nimmt. Sie treffen. Auch Unschuldige. Deshalb sei die Wahl auch der Kommunikationswaffen wohl überlegt. Obwohl ein Blick auf die Waffenindustrie zeigt, dass dieser Wunsch zu den naivsten gehört. Aber schön. Also, ein Versuch wäre es wert, dem alten Kölner Gedanken zu folgen: Man muss auch gönne könne. Und sich erst mal zu überlegen, was brauch ich, was will ich, was hätte ich gern. Ein bewusstes Konsumverhalten hätte nämlich auch zur Folge, dass wir einen bewussten Umgang miteinander pflegen würde.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:51

Dienstag, 17. Juni 2008

Cordoba 2008

Jetzt ist die Schlacht geschlagen. Die Recken liegen wieder auf den Massagebänken oder sind auf dem Weg nach Hause. Gut, dass die Österreicher es nicht übermäßig weit haben. Doch gemach. Schon am Freitag folgt der DFB-Tross den Heimkehrern. Der hat es allerdings ungleich weiter.Dazu mal eine Rechenaufgabe. Wir haben ein Turnier in der Schweiz und in Österreich, deren Vorrundenspiele in Klagenfurt und in Wien stattfinden. Wie weit ist bei drei deutschen Vorrundenspielen die Anreise vom gewählten Quartier zu den Stadien und zurück? Richtig: Über 4.000 km. Warum das so sein muss? Nun ja, am Wörther See oder in Europas Tourismus-Metropole Wien gibt es natürlich keine Hotels. Zudem würden von denen, die es vermeintlich nicht gibt, etliche die Kosten übernehmen, würde die Deutsche Nationalmannschaft dort logieren und damit könnte man auch kein Handgeld kassieren, wenn man dort ein paar Millionen lässt. Verstanden?Doch zurück zum Spiel. Wer hatte Deutschland eigentlich zum Titelanwärter ausgerufen? Das war doch wohl der smarte Olli, der in Unkenntnis aller Realitäten dachte, der 3. Platz der Heim-WM hätte eine Bedeutung? Der einzig echte Gegner - Argentinien - hatte damals schlicht Pech und Italien war dann schon zwei Nummern zu groß. Portugal schließlich hatte keine Lust mehr beim Spiel um die bronzene Brombeere. Das dürfte am Donnerstag leider anders werden.Denn selbst die Fußball-Großmacht Austria jagte die völlig indisponierten DFB Sommerfrischler von einer Verlegenheit in die andere, dass man glauben konnte der Krankl Hans würde wieder für nackte Panik sorgen wie damals in Argentinien. Die Rekonvaleszenten, die unser Jogi als Sommermärchen-2006-Gedächntniself aufgeboten hatte, mühten sich dennoch redlich aber ungelenk. Der Lutscher aus Bremen brachte weder einen Fuß auf den Boden noch einen Ball zum Mitspieler. Dafür hatte es unser Mario schon gut raus, sein neues Haarband zu richten, auch wenn man mitunter den Eindruck bekam, er trüge es vor den Augen. Damit drückte der neue Schwabenpfeil minütlich seinen Verkaufspreis so nachhaltig, dass dem Horst Held in Stuttgart ganz schwindlig wurde.Könnte mal jemand dem Klose sagen, dass es nicht verboten ist, aufs Tor zu schießen? Und den Laufstegbewerbern, dass es auch Frisuren gibt, die einen nicht beim Spiel behindern. Da haben wir eine grandiose, typisch deutsche Organisation - unterstelle ich mal - wenn 23 Hobbykicker von 61 Funktionären begleitet und betreut werden. Doch dann fehlt es irgendwie an der Einstellung. Ja, hallo? Da hat jeder Freizeitkicker mehr Einstellung als die sonnenbadenden Halbtagsprofis. Doch fürs Viertelfinale und letzte Spiel 2008 kommt unser Hoffnungsträger zurück. Hahaha! Schweini, der selbst ernannte Beckham ist zwar noch etwas derrangiert, weil er seiner Meinung nach zu wenig Werbepartner hat, dafür war er diese Woche wieder dreimal beim Frisör. Vielleicht weiß er noch gar nicht, dass ihm ein Hochgeschwindigkeitsspieler wie Hleb vor die Nase gekauft wurde, was ihn selbst für die Ersatzbank des FCB unattraktiv machen wird. Doch noch hat Jogi ein weiteres Ass im Ärmel. Zwar konnte er mit dem Odonkor-Gag die Polen 2008 nicht überraschen, aber als Christiano-Ronaldo-Manndecker wird er diesen so verwirren, dass er kein Tor schießen wird. Und diesmal hat nicht der Bierhoff-Spezi Lehmann einen Zettel im Stutzen, sondern der Ballack Michi. Darauf hat er sich aber nur die Flugnummer vom Freitagsflug Wien - London notiert. Und obwohl er weder den Elfmetertod Terry noch irgendeinen anderen der Inselkicker mag, kann er sich doch auf einen Erfolgstrainer wie Scolari freuen.Also, ich freue mich jetzt schon auf die WM 2010 in Südafrika, wenn Lehmann und Metzelder sich wieder entgeistert anschauen und Odonkor auf seine Einwechslung wartet. Der Bierhoff wird wieder das Hotel in Ascona auswählen müssen, Sie verstehen? Und Schweinsteiger wird nach seiner roten Karte im letzten Vorbereitungsspiel wenigstens Zeit haben, seinen Frisör einfliegen zu lassen.Nein, schlecht haben sie nicht gespielt. Sondern sauschlecht. Doch wenn ich heute die Kommentare zum Spiel so lese, könnte man glatt glauben, beim Fußball ginge es um Leben und Tod. Dabei geht es um soviel mehr.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Deutschland ein Sommermärchen um 16:16

Gartenarbeit

Was für die einen das reine Grauen ist, ist für mich das reinste Vergnügen. Das war nicht immer so. Mit Schaudern denke ich an den Garten meiner Eltern zurück. Das war wie mit dem Wandern gehen. Ein Alptraum. So ändern sich die Zeiten. Oder besser gesagt, so ändern sich die Menschen. Ganz genau gesagt, so habe ich mich geändert.Heute kann ich es gar nicht erwarten, in den Garten zu kommen. Sabbernd stehe ich in Läden zwischen Gartengeräten die eine magische Ausstrahlung auf mich haben. Es gibt Geräte, die gibt es gar nicht. Für Arbeiten im Garten, die kannte ich gar nicht. Es gibt z.B. eine Motorsäge an einem Teleskopstil, mit der man Äste in luftigen Höhen absägen kann - vom Boden aus. Und dann gibt es z.B. diese Motorsensen, mit denen man Unglaubliches vollbringen kann und so weiter.Männerspielzeug eben. Wie eine richtige Motorsäge. Gibt es etwas schöneres? Ich kann es gar nicht erwarten, dass der Rasen wächst, um ihn wieder mähen zu können. Was für einen Wandel habe ich da durchlebt. Es füllt mich aus, es befriedigt mich. Es ist wie Meditation. Und wenn Menschen meine Liebe zum Garten auch noch bemerken, dann

quelle ich über von Stolz. Wer hätte das gedacht. Jemals. Wie kann man etwas so wertschätzen, was man so abgelehnt hat. Gartenarbeit. Wenn ich jetzt durch meinen Garten gehe, dann um mir neue Arbeit zu suchen und zu machen. Es gibt immer was zu tun. Auch wenn es eigentlich nichts zu tun gibt, findet man im Garten zum Glück immer was. Das Schöne an der Gartenarbeit ist auch, dass man das Ergebnis sieht, das man mit seinen Händen geschaffen hat. Und dass es einem der Garten auf seine Art dankt, durch Schönheit und durch interessante Begegnungen. Andere spielen Golf in meinem Alter. Ich robbe, krieche, wühle mich durch den Garten. Die Stunden im Garten gehören zu den schönsten am Tag. Ständig schießen mir neue Gartenprojekte durch den Kopf. Was man noch alles machen kann. Anders. Und das Allerbeste an dieser Gartenleidenschaft ist, dass der Wechsel der Jahreszeiten die Arbeit nie abklingen läßt. Es gibt immer was zu hegen und zu pflegen. In meinem Garten geht es sehr wild zu. Das ist so und soll auch so bleiben. Er soll so natürlich ausehen, wie es nur geht. Man darf ihn betreten und begehen, wo man will und wie man will. Es soll eine Gemeinschaft enstehen zwischen Menschen und Natur und beide sollen sich möglichst frei dabei fühlen. Man muss dem Garten förmlich ansehen, dass er sich wohl fühlt. Die Bilder sind aus dem Garten. Ich freue mich schon darauf, wenn ich später wieder in ihm abtauchen kann. Fotos: Peter von Felbert

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 16:13

Samstag, 14. Juni 2008

Kundenbindung

In einem meiner Lieblingsforen, formerly known as open bc, wurde kürzlich die existenzielle Frage aufgeworfen, ob Frauen anders verkaufen als Männer. Keine Ahnung antworte ich jetzt mal ad hoc. Da halte ich es doch mit dem Trainerguru aller Gurus, Otto II. von Griechenland, der vielleicht antworten würde, Verkäufer hätten kein Geschlecht, sie wären höchstens gut oder schlecht. Und egal mit welcher Technik sie verkaufen, modern ist, was erfolgreich ist, würde er noch anfügen.Eins weiß ich allerdings: Frauen kaufen anders ein als Männer. Geben Sie Ihrer Frau einen Einkaufszettel für den Supermarkt mit. Wenn davon anschließend 20% mit dem Einkaufsergebnis übereinstimmen, alle Achtung! Es ist übrigens ein Gerücht, dass Frauen nicht einparken können. Mit dem Einkaufswagen anhalten, können sie noch viel weniger. Egal, wie voll oder leer der Supermarkt ist, der Einkaufswagen wird zwingend so hingestellt, dass niemand mehr vorbeikommt. Ich vermute, dass hängt mit dem Sammeltrieb zusammen. Sobald eine üppige Kräuterwiese ins Blickfeld gerät, wird geerntet. Und zwar so schnell und so viel wie möglich. Natürlich müssen dabei auch mögliche Konkurrentinnen blockiert werden. Aber, wie gesagt, nur eine Vermutung.Warum Frauen aber nach zehn Minuten untätigen Schlangestehens an der Kasse immer dann, wenn es ans Bezahlen geht, mit der unendlichen Geldbeutelsuche beginnen müssen, ist mir noch nicht ganz klar. Was tun sie während dieser zehn Minuten? Gedankenjoga? Gymnastiktheorie?Während ich so darüber nachdenke, bellt mich die Kassendame an: „Punkte?“ - „Nein“, antworte ich. „Soweit ich weiß, habe ich in Flensburg noch keine.“ Warum will sie das dann überhaupt wissen?Und neulich: „Sammeln Sie Herzen?“ wurde ich von einem weiblichen Azubi an der Kasse gefragt. „Sie Schlingel“, schäkerte ich zurück. „Sieht man mir das an?“Beliebt ist in einem anderen Markt auch die Frage: „Karte?“ - „Nein, ich zahle bar“, könnte ich antworten. „Kundenkarte“, kommt dann die unfreundliche Erwiderung. „Brauche ich hier eine?“ wurde noch nicht beantwortet. Ob ich eine haben will übrigens auch nicht.So ist das mit diesen Kundenbindungsprogrammen: Sie leben leider von den Mitarbeitern mit Kundenkontakt. Da kann z.B. Lidl noch so viele „Canossa“-Anzeigen in der BILD schalten. Maßgeblicher geprägt wird Ihr Image von der uninspirierten Kassenkraft. Hierfür sollte Mr. Black mal Gelder freimachen, für die Rahmenbedingungen der Mitarbeiter und deren Ausbildung. Nur, das wäre ja zu billig.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 10:30

Freitag, 13. Juni 2008

Europameisterschaft 2008

Heute stolpere ich beinahe über ein Outdoor-Display, also einen Werbeständer, den eine Bank strategisch geschickt auf den Bürgersteig gestellt hat. Schwarz-rot-goldene Schleifchen umrahmen spielerisch einen Zinssatz, der vermutlich Kunden locken soll, aber dennoch deutlich unter der allgemeinen Inflationsrate liegt. Trotzdem bin ich nicht rein gerannt, um ein neues Konto zu eröffnen. Also, trotz Werbung mit Fußball EM.Mal unterstellt, ich wäre ein Fußballfan, nein kein Hooligan, denn ich kann ja lesen. Und weiter unterstellt, wir hätten gestern die Kroaten 5:0 genusst und ich hätte das Gefühl des Sommermärchens wieder verspürt und noch weiter angenommen, die Sonne würde scheinen in Kärnten.Ja, selbst dann würde ich der Lockung widerstehen, die die Bank für mich getrappt hat. Ich gestehe hier auch feierlich, selbst als Bayernfan habe ich noch kein Sparkonto bei der HVB eröffnet, obwohl dort jedes Tor mit einem Zinsgewinn von 0,001% auf den Jahreszinssatz oder so vergütet wird.Warum hauen die Firmen dann ihr Geld für so unsinniges Buhlen raus?Das Z-D-F!!! schaltet so oft es irgend geht ihren Werbetrailer, in dem KIA und JVC uns die EM präsentieren. Ist schon irgendeiner deswegen am nächsten Morgen ins Autohaus gefetzt, um sich einen neuen KIA zu kaufen? Und was macht JVC gleich wieder? Imagegewinn? Ich bin eigentlich nur genervt von diesem Kram.Was oder wer also bringen denn die Firmen dazu, bar aller kaufmännischen Regeln ihr sauer verdientes Geld den unnützen Reklametod sterben zu lassen? Die Hausagentur, die die 2% Werbebudget verwaltet und dies ja irgendwie rechtfertigen muss? Der Vorstand, der einsame Entscheidungen trifft, weil die Ehefrau zufällig eine Werbeagentur betreibt? Das Branding, das die TV-Präsenz fordert?Was würden wir Verbraucher uns denn wünschen, das Firmen mit der EM machen? Nichts, ist jetzt ungültig.Würde mich das freuen, wenn mir meine Bank zwei Eintrittskarten fürs Halbfinale schenkt? Ich denke nicht, weil mich ein Halbfinale ohne Deutschland gar nicht interessiert und weil ich auch keine Zeit hätte, nächste Woche nach Wien zu fahren. Ja selbst wenn, was brächte es meiner Bank - außer hohen Kosten?Einschlägige Erfahrungsberichte werden gerne noch angenommen. Einsendeschluss ist der 29.06.08 zu dem der Autor dieses Artikels dem geschätzten Leser freundliche EM-Grüße übermittelt mit dem Wunsch, diesen Artikel weiter zu empfehlen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 14:14

Mitmachen. Bilder einsenden. 11 Kalender-Kalenderbilder gesucht. Für den ersten Kalender-Kalender

Peter und ich hatten eine Idee - einen Kalender mit Kalenderbildern zu machen. Diese müssen natürlich die Qualität dessen haben, welches wir bei einem Job gefunden haben. Wie hier zu sehen. Umso obskurer, schräger, verwunderlicher, älter, peinlicher und treffender, desto besser. Da man diesen eher zufällig begegnet, hatten wir die Idee, es mal über den Blog zu versuchen. Also, alle die einen Kalender sehen, der an einem ungewöhnlichen Ort hängt, uralt ist oder ein Motiv zeigt, was es in sich hat - wie auch immer - bitte an den Blog mailen. Danke. Es ist einen Versuch wert. Dein Kalenderbild für den Kalender-Kalender.

Geschrieben von Christof Hintze in Freunde um 08:42

Mittwoch, 11. Juni 2008

Zeit der Unverbindlichkeit

Ein Wort ist ein Wort. Auf mein Wort können Sie zählen. Hand drauf. Gesagt – getan. Worauf Sie sich verlassen können. Ach waren das schöne Zeiten. Nichts wurde relativiert, verschoben, verzögert und vergessen. Wir sind angekommen in einer Zeit der totalen Unverbindlichkeit. Alles könnte nur noch so sein, wie es scheint. Man verabredet sich ganz unverbindlich und kann dieses Treffen sausen lassen, ohne den anderen darüber zu informieren. Man holt sich ganz unverbindlich Angebote rein und muss sich nie mehr dazu äußern, geschweige denn sich melden. Nichts erzielt mehr den Status von absoluter Sicherheit und Zuverlässigkeit. Alles ist und bleibt offen.Woher kommt diese Welle der Unverbindlichkeit? Irgendwoher muss diese ja kommen. Die Menschen machen nichts von selbst, sondern aus einer Entwicklung heraus, weil sich das Bewusstsein geändert hat oder sie machen es einfach nach.Man fühlt sich einfach nicht mehr verantwortlich und hat dabei nicht mal ein schlechtes Gewissen. Ist das eine gute oder eine schlechte Entwicklung? Wenn sich keiner mehr verantwortlich fühlt, dann ist doch niemand mehr zuständig. Oder? Wer heute versucht, einen Termin zu machen, der trägt diesen mit derselben Unverbindlichkeit ein. Ich ertappe mich des öfteren dabei, dass ich Termine mehrfach belege. Weil ich locker davon ausgehen kann, dass sich ohnehin alle verschieben oder in Selbstgefallen auflösen. Es liegt an der Parallelität der Ereignisse, denke ich. Wir kommen nicht daran vorbei, dass unsere Wahrnehmung zunehmend oberflächlicher wird. Denn wir haben ein Ohr beim Handy, ein Ohr beim Telefon, wir werfen ein Auge auf den Posteingang unseres Computers und dann lauschen wir auch noch nach dem Faxgerät, weil wir einen unterschriebenen Auftrag erwarten. Gegen 11.00 Uhr müsste die Post kommen. Unsere Sinne sind nicht mehr bei einer Sache. Wir können die Dinge nicht mehr hintereinander ordnen, sondern sie verlaufen parallel. Und diese parallelen Ereignisse werden mehr und sie beschleunigen sich auch noch. Somit wird unsere Wahrnehmung immer oberflächlicher, was zur Folge hat, dass wir unverbindlicher werden.Wenn ich am Computer sitze, wie gerade jetzt, und jemand mich anspricht, dann sage ich, nur um meine Ruhe zu haben, zu allem „Ja“ und „Amen“ Oder da meine Konzentration gerade auf diesem Blogbeitrag beruht, habe ich alles, was gesagt wurde, innerhalb kürzester Zeit schon wieder vergessen. Wenn ich morgens die Mails checke und einige schnell beantworte und meine Frau mir aufträgt, etwas zu besorgen, habe ich das innerhalb von zehn Minuten vergessen. Wir sind nicht mehr an einem Ort. Wir sind nicht mehr bei einer Sache. Sondern wir sind im selben Moment an vielen Orten und an vielen Dingen gleichzeitig. Das muss unweigerlich zu dieser unerträglichen Unverbindlichkeit führen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:41

Montag, 9. Juni 2008

EM

Das ist die wohl kürzeste Überschrift bis dato in meinem Blog. Es geht noch kürzer, aber nicht mehr viel. Das unglaubliche daran ist, was zwei Buchstaben für eine Kommunikationswirkung haben, haben können.EM. WM. DM. H&M. IM. KM. MM. PM. SM. TM. Das sind nur die mit einem M am Ende. Da soll mal einer sagen, dass man mit wenig nicht viel aussagen kann. CL. BL. PL. CH. VG. LG. KZ. TZ. BZ. SZ. Es gibt eine unglaubliche Menge von 2-Buchstaben-Kombinationen, welche es in sich haben. Aber eigentlich wollte ich nur was über und zur EM sagen. Einer wird gewinnen. Alle anderen werden mehr oder weniger traurig sein, dass sie es nicht gewonnen haben. So ist nun mal der Modus. Alle wollen, aber nur einer kann. Wer? Das weiß keiner so richtig zuvor. Aber nachher haben es alle kommen sehen. Wie haben mal wieder unglaubliches Losglück. Als Beweis würde ich mal einen Blick auf die Gruppe C werfen: Niederlande, Frankreich, Italien und Rumänien. Bis zum Finale drohen uns die Schweiz, Tschechien, Türkei, Portugal. Genau. Wo sind die ganzen Kracher? Die eliminieren sich alle zuvor gegenseitig.Meine Hoffnung liegen und wiegen schwer auf den Schultern von Michael Ballack. Spielt er ein großes Turnier, dann kann es weit gehen. Fällt er aus oder ist gesperrt oder was auch immer, dann schrumpft meine Hoffnung auf die Größe einer getrockneten Rosine. Noch nie habe ich persönlich den Mannschaftssport Fußball so abhängig von einer Person gesehen. Noch nie. Es ist ja ein Mannschaftssport. Aber. Ja aber. Es fällt auf, dass ab einem bestimmen Niveau, welches nur Ballack überhaupt auf den Rasen bekommt, ein, zwei oder drei Situationen ein Spiel entschieden. Denn laufen können die alle. Hinten drin stehen auch. Den Unterschied macht der eine Spieler in einer Mannschaft. Wir haben nur den Einen. Andere haben mehr, mehrere, viel mehr. Wenn ich nur an Gruppe C und D denke. Oh mein Gott. Somit freue ich mich auf ein paar wunderbare Spiele. Auf diese wenigen herausragenden Spieler. Und am Ende muss eben einer gewinnen. Mein Wunsch sind nur viele schöne, mitreißende Spiele. Dann ist es mir [fast] egal, wer gewinnt. Nur bitte nicht Italien. Und nicht Holland. Und wenn es geht, lieber Fußballgott, kein Mitleid mit Österreich. Wünschen würde ich es den Türken oder Otto zum Zweiten. Aber am liebsten würde ich es sehen, dass er die Trophäe in den Himmel streckt. Er. Der Eine. Der Einzige, den wir haben. Aber wenn nicht, ist auch nicht so schlimm. Wir waren ja erst 1996 Europameister. Und auch schon insgesamt 3-mal Europameister. Aber schön wäre es schon. Man darf ja mal träumen, so von Werbegott zu Fußballgott.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 12:51

Donnerstag, 5. Juni 2008

Einbildung

Einbildung ist bekanntlich auch eine Form von Bildung. Dies setzt natürlich voraus, dass man eine Wahrheit so verändert, dass diese in der eigenen Wirklichkeit ganz anders erscheint, als für alle anderen in Wahrheit zu erkennen ist. Und auch in Wirklichkeit.Es war in Wahrheit ein Grottenkick. Mit Hilfe der Einbildung behauptet jemand nun einfach, es war in seiner Wahrheit ein gutes Fußballspiel. In Wirklichkeit bleibt es aber ein Grottenkick. Das haben ja alle gesehen, die es angeschaut haben. Somit kann die Einbildung die Wahrheit verändern, zum Guten und zum Schlechten. Aber in Wirklichkeit bleibt es so, wie es ist. Doch die Wahrnehmung beeinflusst mit Hilfe der Einbildung die Wirklichkeit. Wenn Sie das verstanden haben, dann können sie auch verstehen, warum in Wirklichkeit Werbung oft so schlecht ist und in Wahrheit für diejenigen, die es zu verantworten haben, ganz anders aussieht.Woher die große Diskrepanz zwischen öffentlicher Wahrnehmung von Wahrheit und Wirklichkeit? Einige wollen es einfach nicht wahrhaben. Und damit dies gelingt, setzen sie das Hilfsmittel der Einbildung ein. Unter dem Einfluss der Einbildung kann man alles so darstellen, wie man es sich wünscht, dass alle es in Wirklichkeit auch wahrnehmen sollen. Ohne dass dies so ist. Denn die Einbildung ist schlau. Sonst wäre es ja keine Bildung. Diese tut sich nur bei Personen rückversichern, die der Einbildung folgen, aus welchen Gründen auch immer. Und die Einbildung ist nicht so dämlich, sich da rückzuversichern, wo jemand ihrer selbst auf die Spur kommen könnte. Somit leben einige nicht ganz unwichtige Menschen einen Großteil ihres Lebens in der eigenen Einbildung, ohne mit der Wirklichkeit in Berührung zu kommen. Obwohl sich die Frage aufdrängt: Verdrängt die Einbildung, die eigentliche Bildung? Das wäre übel, würde aber vieles bis hin zu allem erklären. Das ist so, als ob man etwas würzt. Und zwar so scharf würzt, dass vom eigentlichen Geschmack nichts mehr übrig bleibt. Somit hat Einbildung etwas von sehr vielen Chilischoten in einem und demselben Essen. Die Auswüchse der Einbildung und möglichen Verdrängung von Bildung sind mit Verlaub gesagt – überall zu sehen. Die Einbildungspolitik steht somit auch der Bildungspolitik schwer im Weg. Unausweichlich würde ich mal salopp formulieren: Wenn man etwas gegen die Einbildung macht, macht man automatisch etwas für die Bildung. Will das überhaupt jemand - fragt man sich da. Man kann es kaum glauben bei der ganzen Einbildungspolitik. Man könnte ja mal einen Anfang machen und z.B. Politikern das Werben mit dem eigenen Konterfei verbieten und nur das Zitieren und Argumentieren aus dem Programm erlauben. Das wäre ein großer Schritt gegen die Einbildung von Politikern. Und ein erster. Gut wären auch Pflicht-Angaben, wie bei Nahrungsmitteln: 1.62 cm, 93 Kilo, gefärbte Haare....Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:01

Mittwoch, 4. Juni 2008

Nächste Runde

Das Leben hat was von einem Boxkampf. Die gute Nachricht, wenn es gut läuft mit ca. 90 Runden, die schlechte, man bekommt bis zum Schluss was auf die Mütze. Dieses ständige Austeilen und Einstecken in allen Varianten. Die überraschenden Treffer und die geglückten Ausweichmanöver, Gegenangriffe, Konter. Alles das kommt mir manchmal vor wie bei einem Boxkampf. Eigentlich ist die Grundlage des Boxens nicht das Niederschlagen, sondern das nicht getroffen werden. Die Verteidigung ist die solideste Grundlage auch auf dem Lebensweg. Und das Einstecken können. Und das immer wieder Aufstehen wollen. Der Gegner ist nicht immer derselbe, sondern es sind eine Vielzahl bis sehr viele. Aber sie versuchen immer dieselben Stellen zu treffen. Da, wo die vermeintlichen Schwächen sitzen oder da, wo man eine Stelle aus fehlender Aufmerksamkeit anbietet. Wichtig ist auch, wer in meiner Ringecke steht und welche Absichten sie verfolgen. Ob sie an einen glauben oder besser noch von einem überzeugt sind. Es ist okay, immer im Ring zu stehen. Aber man muss vor allem wissen, wofür man da steht, einsteckt und austeilt, ausweicht und angreift. Es gibt im wirklichen Leben leider nicht die Regelung mit den Gewichtsklassen. So kann es einem passieren, dass einem ein Übergewicht gegenüber steht. Die Ringpausen sind auch wichtig. Vieles von dem, was sich im Ring und drumherum abspielt, kommt mir oftmals vor wie im wirklichen Leben.Die schmerzlichen Erfahrungen und die freudigen bis euphorischen. Das Lernen aus Niederlagen, aber die wichtigen Kämpfe auf keinen Fall zu verlieren. Der Wunsch, die Handschuhe an den Nagel zu hängen, aber es nicht tun zu können, weil damit ein Lebensabschnitt beendet ist. Falsche Freunde. Falscher Ehrgeiz. Falsche Taktik. Das ganze Falsche auf der einen Seite. Aber dann die richtigen Freunde, der richtige Ehrgeiz, die richtige Taktik auf der anderen Seite. Und beide voneinander unterscheiden lernen. Das Falsche für einen selbst erkennen lernen. Wie das Richtige für einen selbst zu entdecken. Seinen Stil zu finden in seiner Gewichtsklasse. Über die Runden kommen. Ein Boxkampf ist das ganze Leben im Zeitraffer. Im übertragenen Sinne natürlich nur. Vielleicht mag ich das Boxen deshalb, weil hinter dem vordergründigen „Schlagen“ das Tiefgründige über die Runden kommen steht – in Würde. Beim Boxen kann man die Haltung eines Menschen sehen. Jeder. Man kann sich nicht verstecken. Trotz aller Schieberei, welche die eigentliche Idee vom Boxen als Metapher ad absurdum führt. Aber auch das passt zu unserer Welt. Da gibt es welche, die werden in den Ring gestellt und dürfen gewinnen. Und andere müssen verlieren. Somit schließt sich der Kreis aus Gier und Neid auch beim Boxen. Ich selbst habe nie geboxt. Weil ich nur das Boxen erlernen wollte, aber auf keinen Fall in den Ring steigen. Die Kunst der Verteidigung hat mich viel mehr angesprochen, als andere niederzustrecken. Wenn es irgendwie ging, bin ich jeder gewaltsamen Auseinandersetzung aus dem Weg gegangen. Auch das ist ein Spiegelbild meines Lebens. Ich steige nicht in einen Ring, um andere zu besiegen. Der Kampf interessiert mich nicht. Darum bin ich diesen Ringseilen bei der Arbeit und auch im Privaten immer so gut es ging ausgewichen. Es gibt genug, die sich mit aller Gewalt und allen anderen Mitteln, ob erlaubt oder nicht, durchboxen. In solchen Ringen und Ringschlachten wäre ich sicher der falsche Mann am Platz. Ich bin eher der Typ, der ein Leben lang um den Sandsack tänzelt, die Beinarbeit verbessert, die Kondition und Beweglichkeit trainiert. Nicht um zu boxen, sondern nur um zu wissen, dass ich boxen könnte, wenn ich wollte, aber ich will nicht.Mein Wunsch nach Harmonie und Gemeinschaft geht dann doch ein Stück zu weit, als dass ich bereit wäre, mein täglich Brot damit zu verdienen, Tiefschläge einzustecken und nicht zu wissen, ob ich überhaupt gewinnen darf. Die Interessen der anderen könnten immer wieder gegen meine verlaufen. Somit habe ich meine Boxhandschuhe für die großen und unwichtigen Kämpfe schon früh an den Nagel gehängt. Und ich erlebe mit, wie andere darunter leiden, daran kaputt gehen. Jeden Tag in diesen Ring der großen Ungerechtigkeit zu steigen. Jeden Tag die Marionette eines Promotors zu sein. Es sind schon besondere Menschen, die das aushalten und sich in einer solchen Welt behaupten können, wollen, sollen und dürfen. Besonders ....Foto: Nicole Kengyel

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:51

Dienstag, 3. Juni 2008

Die Neukundenakquise – Das üble Geschäft mit der Verzweiflung

Irgendwann erwischt es fast alle. Entweder am Anfang, am Ende, mitten drin oder immer wieder mal. Die zwei schlimmen „K's“ sind ausreichend bis hin zum Überfluss da: Kosten und Kapazitäten. Aber es fehlt an Kunden und Aufträgen. Wie konnte das nur passieren. Und plötzlich muss alles ganz schnell gehen - die Neukundenakquise. Und?! Nichts, was sich schnell erfolgreich umsetzt. Und?! Dann kommen sie, dann sind sie da - die New Business Profis. Die einem sagen, wie es geht. Nein nicht sofort, erst halten sie einem unaufhörlich Vorträge über die Versäumnisse der Vergangenheit und der Gegenwart und wie sich das in Zukunft negativ auf alles auswirken wird. Und dann schauen sie auf die Zahlen und erklären einem, wie schlecht die Zahlen sind. Wie man sich von einem Kunden so abhängig machen konnte. Warum man für solche Zeiten nicht ausreichend Geld bei Seite gelegt hat. Alles was man weiß, bekommt man noch mal und noch mal vorgesetzt. Geistiges wiederkäuen. Und warum man nicht konstant, kontinuierlich, konsequent und kreativ seine Neugeschäftsaktivitäten verfolgt hat. Ja dann. Ja dann – was dann? Kopfschütteln. Schulterzucken. Die Tage ziehen ins Land. Und wieder passiert eigentlich nichts, außer dass die beiden schlimmen „K's“ Gesellschaft bekommen haben und zwar teure, die auch noch völlig unproduktiv Kapazitäten verschlingt.Eine Datenbank muss her. Ein professionelles Akquisemanagement. Eine Positionierung. Eine Strategie. Ein USP. Ein Flyer. Ein Internetauftritt. Eine Idee mit Pfiff. Und viele Werbemittel und -maßnahmen. Dreistufiges Mailing mit Nachfassaktion und E-Mail Newsletter und Angeboten, dass sich die Balken biegen. Zu teuer. Zu langsam. Zu wenig innovativ. Zu eingefahren. Oh mein Gott, wie ist man nur so weit gekommen. Und wenn alles nicht funktioniert hat, dann lag es da dran, dass man einfach zu spät reagiert hat. Wir haben zwar alles richtig gemacht, aber wir sind zu spät dran. Und dann zieht die Karawane weiter und hinterlässt einen fassungslosen Kunden. Der nun in seiner Verzweiflung, verbunden mit einer ordentlichen Existenzangst, das Heft selbst in die Hand nimmt. Und das macht, was er kann, was er ist, was man ihm abnimmt, was er versteht, was er will....Und siehe da, einige Zeit später hat man wieder keine Zeit für Akquise, weil einfach zu viel zu tun ist. Und dann denkt man mal nach, was da eigentlich so passiert ist, woran das lag und es macht sich der Gedanke bereit, dass es eventuell ein normaler wirtschaftlicher Zyklus war. Die kommen und gehen, werfen einen um und dann muss man eben wieder aufstehen. Oder man bleibt eben liegen. Aber diese Krisenparasiten sind schon was Furchtbares. Das hätte man sich wirklich ersparen können. New Business Manager, dass ich nicht lache. Da geht es einem schon schlecht und die machen die Lage noch dunkler und finsterer. Womit man alles sein Geld verdienen kann. Also, wenn Sie keine Kunden haben, dann besorgen „SIE“ sich welche. Und wenn die Kosten zu hoch sind, dann senken „SIE“ diese eben. Und wenn einer mit viel Geld wenig für sie tun will, dann geben „SIE“ ihm einen Tritt – von „MIR“. Danke! Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:57

Montag, 2. Juni 2008

Unvorstellbar

Viele Konzepte und Ideen sind werblich nicht zu realisieren, weil zum einen der Zeitraum, indem diese entstehen müssen, zeitlich begrenzt ist und weil einfach die Vorstellungskraft fehlt. So könnte man 12 Monate einen Bachlauf fotografieren, im Wechsel der Jahreszeiten und daraus ein Konzept machen. Aber das wäre nicht möglich, in solchen Zyklen kann man nicht denken und wird auch nicht gedacht. Somit fallen eigentlich alle Konzepte weg, die sich nur über einen längeren Zeitraum verwirklichen lassen. Die fehlende Vorstellungskraft stellt ebenfalls ein Hindernis da. Denn Konzepte müssen immer so sein, dass derjenige, der sie entwickelt hat, sich diese komplett vorstellen kann und dass dies auch der Kunde kann. Somit fallen alle Konzepte weg, bei denen dies auf Grund der Konzeption nicht möglich ist. Konzepte, die von Spontaneität leben oder bei denen Zufall eine große Rolle spielt. Oder weil das Konzept so anders- und neuartig ist, dass man erst bei der Fertigstellung sieht, was das Ergebnis bringt. Konzepte müssen meist in einem zeitlich engen Zeitraum realisieren werden und alle müssen sich alles bis ins Detail vorstellen können. Deshalb gleichen sich so viele Konzepte. Und deshalb ist es mit dem Niveau auch meist nicht so weit her. Das ist oft schade, denn gerade diese beiden Felder ermöglichen ganz neue Sichtweisen auf bekannte Thematiken. Und darum geht es letztendlich in der Werbung - die immer selben Themen immer wieder anders zu kommunizieren. Wenn dabei die Mittel immer dieselben bleiben, beraubt man sich der so wichtigen Werbewirkung. Die Spitzen der Werbung werden stumpfer und stumpfer.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 15:03

Freitag, 30. Mai 2008

Tierisch ernst gemeint

Meine Kampagne gegen das Aussterben. Welche sicherlich die Welt der Öffentlichkeit mit großer Wahrscheinlichkeit nicht erblicken wird. Aber die Idee war nun mal da. Was soll man da machen?

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 15:55

Ein faires Angebot an die vielen tollen Angebote

Hört einfach auf damit. Schluss. Aus. Vor lauter Angeboten - welche die Marken- und/oder Produktleistung mindern - sieht man die Marken ja gar nicht mehr und von den Produkten ist auch nichts mehr zu sehen. Die Störer sind ja größer als die Markenlogos und Produktabbildungen. Das kann auf Dauer nicht gut gehen. Früher hieß es immer wenn man zum Kunden kam: Produkt größer und Logo größer. Heute heißt es nur noch – Angebot größer. Das Suchen nach dem ultimativen Angebotstrick ist doch mehr eine Beschäftigungsmaßnahme. Hand aufs Herz, welches Angebot - das die Marken und/oder Produktleistung mindert - hat denn funktioniert? Wirklich funktioniert? Wenn man alles abzieht, was es gekostet hat und was man weniger bekommen hat und was auf Kosten der Marke und des Produktes ging? Angebote funktionieren nicht. Noch schlimmer, wenn es alle machen, machen sich alle den Markt kaputt, in dem sie selbst sitzen. Angebote - - welche die Marken- und/oder Produktleistung mindern - sind wie Abrissbirnen. Mit jedem Schlag ist weniger da. Und wenn alle auf einen Markt hauen mit ihren Angeboten, dann ist da schnell nichts mehr, was ein Kunde anziehend finden könnte.Ein Beispiel, die Automobilindustrie. Alle machen da schon lange Angebote - welche die Marken- und/oder Produktleistung mindern. So, dass die Wertvorstellung der Kunden gegenüber dem Produkt Auto kleiner und kleiner wird. Das ehemalige Statussymbol Auto, das einem das Gefühl von Freiheit, Unabhängigkeit und Wohlstand verliehen hat, verliert diesen Glanz mit der Zeit. Wissen sie, woran man das am besten messen und sehen kann? Früher hat fast jeder Autobesitzer einmal die Woche sein bestes Stück – das Auto – gewaschen. Und heute verzeichnen die Waschstraßen jedes Jahr sinkende Zahlen. Die Angebote haben die Liebe zum Auto kaputt gemacht. Der so wichtige ideelle Mehrwert ist nicht nur geschrumpft sondern liegt schon lange unter dem Preis, den die Hersteller gerne für ein Auto hätten. Und die Talfahrt geht weiter.Angebote höhlen einen Markt von innen aus. Nicht China oder Billiglohnländer sind eine Gefahr für den Standort Deutschland sondern diese Angebotsmentalität. Diese unglaublich dumme Idee, ständig neue Angebote zu kommunizieren, welche den Wert des Produktes emotional und rational nach unten ziehen. Wertschöpfung kann nur da entstehen, wo Wertschätzung anzutreffen ist. Aber nein, immer dümmere Angebote werden formuliert. Angebote, die alle mit den Primärnutzen nichts zu tun haben: Freiheit, Sicherheit, Unabhängigkeit, Gesundheit, Wohlstand...Das Fernsehen ist auch so ein Beispiel für den Untergang durch Angebote. Was hatte Fernsehen damals für einen Status. Die Tagesschau sehen. Die Sportschau. Einen Fernseher besitzen. Und heute? Da ködern Massen von Sendern mit noch mehr Massen von unglaublichen Angeboten, die vor allem eins bewirken: Dass einem die Lust am Fernsehen vergeht. Heute muss man sich ja entschuldigen, wenn man vor dem Fernseher angetroffen wird. Hast du nichts Besseres zu tun, als vor der Glotze zu sitzen? Früher traf man sich und die Werbepausen hat man freudig genutzt, um noch eine Stulle zu schmieren, schnell aufs Klo zu gehen oder was auch immer. Das ehemalige Fenster zur Welt hat von dem Staus und Nimbus so gut wie alles eingebüßt. Und was machen die? Noch mehr Angebote, die diesen Trend noch schneller vorantreiben. Und so sieht es fast in allen Märkten aus. Das Angebot in Form von Preis, On-Pack, Finanzierung, alles was kein Marken- oder Produktversprechen ist, hat die Oberhand und zermürbt so einen Markt nach dem anderen. Und alle machen mit. Keiner kommt mal auf die einfache Idee zu sagen: Die Angebote bringen nichts, ganz im Gegenteil, die schaden uns nur. Wir hören auf damit und machen wieder Marken- und Produktversprechen, die auf das Konto des Primärnutzen einzahlen. Denn wenn das auch nichts bringt, ist das immer noch besser, als die zusätzliche Zerstörung der Marken- und Produktwerte durch diese unsäglichen Angebote. Die Menschen konsumieren das, was sie wollen und das, was sie brauchen. Manchmal ist es das dasselbe, manchmal nicht. So einfach ist das. Und es ist doch viel schwerer durch die ganzen Angebote sich einen Durchblick und Überblick zu verschaffen, als wenn jemand den Quatsch lässt. Die Leute kennen kaum die Marken oder die Produkte, aber die Angebote, die sollen sie sich so einfach und schnell merken? Das ist doch Blödsinn. Die Wertschätzung, welche der Marke und dem Produkt entgegengebracht wird, ist ausschlaggebend. Die Marketingbudgets werden doch ohnehin ausgegeben. Darum meine Bitte - hört auf mit den Angeboten und stellt die verrückte Welt der Angebote, die offensichtlich auf dem Kopf steht, wieder auf die Beine. Ihr sägt den Ast ab, auf dem ihr sitzt. Kommt wieder zurück zur Tagesordnung, Wertschöpfung durch Wertschätzung.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 11:56

Mittwoch, 28. Mai 2008

note. Die dunkelblaue Phase

Am 24. März 1998 wurde die note 10 Jahre. Ein Widder wie ich. Da haben wir uns entschlossen, nach der hellblauen note-Phase der vergangenen 10 Jahre, nun die dunkelblaue note-Phase der kommenden 10 Jahre ins Leben zu rufen. Wir haben es einfach getan. Lieber eine gute Idee heute, als eine perfekte morgen. Und so haben wir uns mit der neuen CI selbst beschenkt. Einem neuen wunderschönen und sündhaft teuren Fedrigoni Papier, einem neuen Logo und vielen anderen neuen schönen Details, die schon umgesetzt sind und noch umgesetzt werden.Mir fällt dabei auf, was das für einen Spaß bereitet, in Qualität denken und handeln zu können und zu dürfen, geradezu zu müssen, auch wenn es eventuell keiner bemerkt. Es tut einem selbst unglaublich gut. Und was uns gut tut, davon profitieren auch alle anderen, die gerne an und von uns profitieren wollen. Es ist eines der wohl befriedigendsten und wohltuendsten Gefühle, in Qualität agieren zu können. Wenn ihr das Papier nur spüren könntet. Die Qualitätsführerschaft immer im Visier zu haben und wenn es nur für einen selbst ist, ist eine sinvolle und erstrebenswerte Herausforderung. Denn man wird mit Lust, Begeisterung und Leidenschaft besser und besser. Und irgendwann fällt es dem Ersten positiv auf und dann dem Nächsten und dann....

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 10:00

Dienstag, 27. Mai 2008

Ich glaub, ich träume

Gerne und viel. Ständig und überall. Tag und Nacht. Schönes und schreckliches. Hier und da. Drinnen und draußen. Mit offenen und geschlossenen Augen. Beim sitzen, fahren, laufen, essen, stehen, liegen. Ich träume für mein Leben gerne. Ich male es mir aus. In den Träumen überwindet man auf wundersame Weise die Realität. Nicht die Ganze, aber genau den Teil, der einen an der Realität stört. Beim Träumen kann man sein Gefühl positiver stimmen. Sich mehr vom Gefühl und der Lust treiben lassen. Alles wird sanfter, bunter, schöner und runder. Träumen ist wie in einem Bild von Monet leben, zu den Klängen von Mozart oder Jack Johnson. Ich kann mir alles aussuchen, wie es mir gefällt. Ich kann denken, was ich will. Das weglassen von Realitäten und Wirklichkeit macht den Moment und den Tag einfach besser, besser als er eventuell wirklich war. Na und. Ist doch in der Erinnerung viel schöner so. Es ist gut, die Realität mit schönen Farben auszumalen und Ecken und Kanten, an denen man sich nur verletzen könnte, einfach abzurunden. Die Welt in meinen Träumen ist um so vieles besser als die andere. Somit werde ich mehr vom Idealismus getrieben. Wie es sein sollte und könnte. Das mache ich solange, bis es so ist. Immerhin bin ich der Werbegott. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:54

Sonntag, 25. Mai 2008

zuchtpflanzen

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 20:52

Freitag, 23. Mai 2008

fruehlingsbaeume

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 18:58

Mittwoch, 21. Mai 2008

Und fast alle wundern sich

Dinge passieren. Ständig und überall. Jedem und allen. Normales, Seltsames, Überraschendes, Freudiges, Langweiliges, Wunderbares, Unerwartetes bis hin zu Unvorstellbarem. Und wenn es wieder und wieder passiert, dann wundern sich die meisten. Wie konnte das nur passieren? Uns, mir, ihm, ihnen und denen.Die Dinge laufen nicht nach Plan und man wundert sich. Die Dinge laufen aus dem Ruder und man wundert sich. Die Dinge laufen ganz anders als erwartet und alle wundern sich. Damit hat niemand gerechnet. Damit konnte auch niemand rechnen. Und das allgemeine Wundern tritt ein. Warum ich? Warum wir? Warum die? Warum da? Warum jetzt? Warum erst dann? Das Wundern nimmt einen immer größer werdenden Teil in unserer Gesellschaft ein. Es gibt immer Gründe und Anlässe, sich wirklich zu wundern. Früher war das nicht so, wen wundert's? In Zukunft werden wir einen Großteil unserer gedanklichen Kraft auf das Wundern verwenden. Denn immer groteskere, absurdere und unnormalere Dinge passieren. Wir entdecken immer Gründe und Abgründe, uns zu wundern. Das verwunderte Kopfschütteln wird zu einem Zeichen unserer Zeit. Wie konnte nur? Hätte man nicht? Das Unglaubliche tritt über zur Tagesordnung. Man wundert sich von einem Ereignis zum anderen. Aber auch im Kleinen wundert man sich. Über sich selbst wundert man sich auch immer mehr. Und dann wundert man sich, wie schnell etwas geht. Oder wie weit. Oder wie hoch. Immer mehr Türen werden geöffnet, durch die wir alle schreiten, ob wir wollen oder nicht, um dahinter wieder etwas zu entdecken, über das wir uns wirklich wundern. Wussten Sie eigentlich? Haben Sie schon gehört? Das Normale an unserer Welt haben wir förmlich gefressen. Es scheint uns zu langweilen. Wir werden nur noch mit Dingen konfrontiert, die uns wundern – sollen. Und auch wir fangen an, nur noch Geschichten zu erzählen, über die sich andere wundern – sollen. Also ich wundere mich immer mehr über das, was alles so passiert. Aber im Gegensatz zu früher möchte ich über das meiste nicht mehr wissen, als das, was ich weiß und das mich wundert. Mein Interesse, vielen Dingen auf den Grund zu gehen, nimmt rapide ab. Es sind einfach auch zu viele Aspekte, die mich plötzlich wundern. Somit bleibt mir oft nicht mehr als mich nur zu wundern, um es dann einfach abzuhaken. Ich erfreue mich zunehmend an allem, was wenigstens normal läuft und oder ist. Normalität erscheint mir in einem ganz neuen Licht. Sich nicht wundern müssen, ist doch auch mal schön. Ein gutes Gefühl.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:38

Dienstag, 20. Mai 2008

Es ist doch nur ein Spiel

Der Unterschied zwischen dem, was wirklich ernst ist und dem, was eigentlich nur ein Spiel ist, ist vielen nicht wirklich geläufig. Es heißt z.B. deshalb Fußball spielen. Wer spielerisch an die meisten Dinge geht, kommt nicht nur weiter, sondern hat zudem auch noch wesentlich mehr Spaß daran.Einen spielerischen Aspekt in die Dinge des Alltags zu projektieren, hat weitaus mehr Vorteile als Nachteile. Trotzdem ist die ernste Variante wesentlich mehr verbreitet und weitaus mehr bevorzugt. Der Ernst der Dinge wird überall heraufbeschwört und wer den nötigen Ernst vermissen lässt, der darf sich nicht wundern. Ich bin nicht dieser Überzeugung. Überhaupt nicht. Ernst erzeugt Druck, Stress und Angst. Was unweigerlich dazu führt, dass diese emotionalen Begleiterscheinungen jedes Ergebnis negativ beeinflussen. Die Menschen spielen für ihr Leben gerne, miteinander und gegeneinander. Wenn dem so ist, warum verdammt man das Spiel aus dem Bereich des Lebens, in dem die schöpferische Kraft den Output positiv beeinflussen kann. Da wird plötzlich alles todernst, anstatt mit spielerischen Akzenten das Ergebnis zu beschleunigen und positiv zu beeinflussen. Wir lieben Fußball und alle Arten des Spiels. Wir identifizieren uns mit Spielen und Spielern, mit Mannschaften und Sportgeräten, mit Wimpeln und Logos. Dieses Übermaß an Kompensation dieses Bedürfnisses ist ein Ausdruck dafür, dass es uns im Alltag daran mangelt. Man müsste eine ganze Business-Spiel-Industrie ins Leben rufen, die Spiele am Arbeitsplatz entwickelt und die alle mit Begeisterung spielen können. Spiele, die zu wichtigen, relevanten Ergebnissen führen. Spiele, die dabei maßgeblich die Mitarbeiter unterstützen, zu besseren Ideen zu gelangen. Damit die Zeit wie im Flug vergeht. Mehr dabei raus kommt. Die Identifikation größer wird. Firmen können von Unternehmen wie Fußballvereinen da etwas lernen und abschauen. Also nicht von allen. Um genauer zu sein, hier zu Lande genau von einem Verein. Aber egal. Es geht ja nur um das Beispiel. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:36

Montag, 19. Mai 2008

Allein

Man kommt allein zur Welt und verabschiedet sich von dieser auch ganz allein. Allein das müsste einem zu denken geben. Wir sind oft allein. Mit uns allein. Oft sehe ich Männer allein Rennrad fahren. In den meisten Autos sitzen Menschen ganz allein. Viele Büros setzen Menschen allein in ein Zimmer. Vieles können wir auch nur allein machen. Einiges wollen wir nur allein machen. Und wenig aber nicht unerhebliches dürfen wir nur alleine machen.Ich schreibe völlig allein. Allein mit meinen Gedanken. Allein mit meiner Tastatur. Ich glaube, die natürliche Sehnsucht nach Gemeinschaft ist so groß, weil wir in Wirklichkeit viel allein sind. Vor allem ungewollt. Die meisten Entscheidungen treffen wir allein. Die meisten Gedanken tauschen wir mit uns allein aus. Auch Befürchtungen, Vorfreude, Trübsal und große Erfolge machen wir mit uns allein aus.Auch wenn viele Menschen um uns sind, sind wir meist allein. Allein die Distanz zu unserer Umwelt nimmt ständig zu. Im Flieger sitzen 180 Menschen allein auf dem Flug von München nach Düsseldorf. Ich steige ein und kenne niemanden und ich steige aus und kenne niemanden. Im Zug sitzen 400 Fahrgäste meist völlig allein. Es ist seltsam aber Wirklichkeit - sogar unter vielen Menschen sind wir auf uns allein gestellt. Manchmal beobachte ich völlig unbekannte Menschen. Und dann fällt mir auf, dass diese isolierte mir unbekannte Person ein Eigenleben hat. Mit allem, was dazu gehört. Tanten, Onkel, Glück, Urlaub, Wohnung, Opa, Liebe, Enttäuschungen und allem, was zu einem Menschen dazu gehört. Dann fällt mir auf, dass jeder Mensch ein komplexes und komplettes Eigenleben hat und das über Generationen hinweg. Wahnsinn denke ich dann immer. Dieser Mensch, der da ganz alleine steht, der war Weihnachten vielleicht bei seinen Schwiegereltern. Oder schon mal in Tibet. Der könnte auch schon mal mit dem Fallschirm abgesprungen sein. Alles ist möglich. Aber alles das behält er für sich allein. So gehen wir an unzähligen Geschichten vorbei, die wir nie erfahren werden.Ganze Städte sind voller solcher Menschen und Geschichten und ich kenne nicht mal eine Geschichte, geschweige eine Person. Wenn es diese Stadt nicht geben würde, würde es mir nicht mal auffallen. Und das gilt nicht für Deutschland, sondern insbesondere für den Rest der Welt. Ich kenne sogar Millionenstädte nicht. Wahnsinn, denke ich mir dann. Diese vielen mir völlig unbekannten Menschen. Dann wird mir klar, wie allein man letztendlich doch ist. Und bleibt. Und allein sein eigentlich nicht das Problem sein kann, sondern das Gefühl von ungewollter Einsamkeit.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:33

Donnerstag, 15. Mai 2008

stadtpflanzen

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 17:49

isarsurfer

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 16:58

Mittwoch, 14. Mai 2008

Bei der Arbeit, ein Making-of

Für alle, die Lust haben Peter von Felbert [Foto] und mich, Christof Hintze [Konzept] mal bei der Arbeit [Kunde LHI] zu beobachten. Dieser Making-of Film zeigt uns [note werbeagentur] im Frühjahr 2008 bei der fotografischen Umsetzung für den diesjährigen Performance Bericht unseres Kunden. Ist ein ziemlich ambitioniertes Konzept. Und ein schöner Beweis dafür, dass gute Werbung nur da entstehen kann, wo auch gute Kunden sind. Das muss passen. Das musste ich jetzt nicht sagen, das wollte ich sagen. Ach noch was. Der Bart ist längst wieder ab. Peter kann auch wieder Handstand. Und das endgültige gedruckte Ergebnis hat uns alle begeistert. Auch den Kunden! Aber überzeugt Euch doch selbst:Die deutsche VersionDie englische Version

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 14:36

Sonntag, 11. Mai 2008

Teil 1. Das Spiel. La partie. [Das Buch]

Vorwort:

Das Gleiche ist nicht Dasselbe. Das ist man sicher. Eine deutsche Biographie über die Kollektivschuld? Nein! Eher über die kollektive Unschuld? Das muss jeder selbst entscheiden. Man wird sehen. Eine Erzählung, die nicht bedrückend und anklagend sein will, sondern erfreulich offen, erfrischend und unterhaltsam sein möchte. Die aus dem Inneren erzählt, was draussen vor sich geht. Die den langsamen Weg der schüchternen Annäherung erzählen möchte. Die seltsame Auseinandersetzung mit der Schuld die zugleich auch eine Unschuld ist. Und welche Blüten diese so treibt. Die Schuld und/oder Unschuld. Die Unwissenheit über die Schuldfragen. Die Naivität im Umgang mit der Unschuld. So eine Art Romeo und Julia auf Länderebene. Eine francophile Familie in Deutschland. Eine francophile Familie in Frankreich. Der Ernst des Lebens, die beiden Seiten, sehr einseitig betrachtet. Ein Rückblick in die Begegnung zweier Kulturen, zweier Nachbarn, zweier Erzfeinde, zweier Geschichten die nicht enden wollen und immer weiter fortgeschrieben werden. Ein Rückblick, der zugleich einen Einblick über den Status gewährt und einen Ausblick zulässt. Zwei die sich am Ende lieben müssen. Sicherlich auch werden. Wenn genügend Gras über die Sache gewachsen ist. Wie die eigene Lebensgeschichte beweist. Damit es ein europäisches Happy-End auf der ganzen Linie gibt. Sonst wäre alles umsonst gewesen. Helmut und Giscard. Helmut 2 und Francois. Die EU. Der G7 Gipfel. Völler in Frankreich. Alles wäre umsonst gewesen. Aus der einfachen Sicht des Spiels, dass nicht nur ein Spiel sein kann. Aus der einfachen Sicht eines Lebens. Aus der einfachen Sicht der Gegensätze, Beobachtungen und der daraus resultierenden Biographie. Deutschland : Frankreich. Und warum Gegensätze sich doch vielleicht anziehen. Warum Anziehendes sich so abstoßen kann. Deutschland will und braucht so dringend deine uneingeschränkte Liebe - Frankreich. So sehr. Stoß uns nicht zurück. Bitte zier dich nicht so. Stell dich nicht so an. Vergebe uns. Liebe uns. Denn wir wollen dich so gerne lieben. Denn, wenn Du uns lieben kannst, dann sind wir endlich befreit. Befreit von einer Schuld, die uns nicht loslässt. Denn wenn Du uns liebst, dann ist unsere Unschuld besiegelt. Nach nichts mehr sehnen wir uns. Also, das Spiel kann beginnen.
Das Buch:Boule ist ein Spiel. Es ist doch nur ein Spiel würden einige – leichtfertig - mutmaßen. Weitestgehend, bis gänzlich kämen diese unwissenden Äußerungen sicherlich nicht von Franzosen. Pas du tout. Auf diese unbedachte Äußerung würde man einem Franzosen nur ein „Boche!“ entlocken. Das Kosewort der Franzosen für die barbarischen Deutschen. Die Bedeutung ist nicht ganz klar, sie liegt höflich ausgedrückt bei „Dickschädel“. Aber sie geht auch noch weiter, viel weiter. Boule ist ohne Zweifel ein französisches Spiel. Keine Ahnenforschung wird einen anderen Ursprung, als einen französischen, entdecken. Nicht wie Backgammon, dass schon 7.000 Jahre vor den Zockern in den Cafés im sandigen Ägypten ganze Dynastien eventuell ruiniert hat. Keine Höhlenmalerei in Australien, die kleine Männer mit Kugeln um sich werfend zeigen. Nichts. Geboren, gewachsen, gespielt und gestorben in Frankreich. Der Todestag muss somit der aller letzte der Zivilisation sein. Oder ein missglückter französischer Atomversuch. Oh, la, la. Das jüngst Boulegericht so zusagen. Boule ist ein Nationalsport. Habe ich aus Versehen „ein“ gesagt? Falsch! Ich meinte natürlich „der“ Nationalsport. Wenn Frankreich eine unbemannte Raumkapsel ins all schießen würde, auf dem Weg in ferne Galaxien, mit den wichtigsten weltlichen Botschaften für das Universum. Dann lägen da hundertprozentig 3 nagelneue Sätze polierter „Obut Match plus“ Kugeln drin. Das Spiel das man ohne weiteres nicht wirklich zu den klassischen Sportarten zählen kann. Darf? Soll? Muss? Diese Formulierung ist zugegebenermaßen grenzwertig. Aber es geht nun mal nicht anders. Was man unter anderem daran erkennt, dass man noch nie eine Begegnung im Fernsehen hat verfolgen können. Nicht mal die Boule Weltmeisterschaften flimmern über Eurosport. Und in diesem Restsportweltverwertungskanal, da kann man sogar Snooker, Criket, Pokern, Mister Universum und Monstertrucks sehen. Aber eine Boulekugel rollte da noch nie durchs 4 zu 3 geschweige 13 zu 9 Bild. Nicht mal in Mono. Sogar auf Arte oder 3 SAT könnte man ja mal eine Kultursendung „Boule“ erwarten. Nichts. Gar nichts. Curling kann man da stundenlang bewundern, Kegeln und Bowling. Aber ein kleines rotes Schweinchen, habe ich da noch nie im Dreck liegen sehen. Um eine anerkannte Sportart zu sein, dazu gehört für Viele schon, neben Sponsoren und Medientauglichkeit, weit aus mehr. Jedes noch so kleine und unscheinbare Dorf in Frankreich hat seinen Bouleplatz. Natürlich mitten im Herzen des Dorfes gelegen. Wo sonst? Bouleplätze sind weiter verbreitet, viel weiter als ein bespielbarer Fußballplatz, in Frankreich. Die Summe der Kirchen und die der Boulplätze sind sicherlich gleich groß. Wenn nicht, gibt es bestimmt noch mehr Bouleplätze als Kirchen. Die geografisch ideale Lage eines Bouleplatzes ist nicht unbedingt von den Boden- oder Lichtverhältnissen abhängig. Der ideale Bouleplatz ist in direkter Umgebung zu alkoholischen Kaltgetränken gelegen und einer Toilette. Denn Boule dauert lange. Und wer viel trinkt, der muss auch mal austreten. Um das Spiel nicht länger zu unterbrechen als nötig, muss die Toilette in unmittelbar Nähe auf zu finden sein. Somit ist die biogeografische Lage für die ideale Lage eines Bouleplatzes ausschlaggebend. Zentral muss er sein. Für alle schnell und leicht zu erreichen. Um den Heimweg, im Schlaf hinter sich bringen zu können. Wie Golf oder

Schach, sagt man Boul aber nach, das es kein richtiger Sport sei. Man tut sich schwer, dass als einen Sport anzusehen. Ein Sport mit häufiger dicken und eher älteren Menschen, scheint nun mal in der Akzeptanz kein typischer Sport zu sein. Sport ohne schwitzen, treten, Verletzungen, grätschen, anbrüllen, Ausdauer, Kraft und endloses Mühen. Keine Trikots. Das ist für viele kein Sport. Nicht mal Doping hat bei Boul einen Sinn. Es gibt auch keine Boule Stadien mit VIP Lounge. Ganz Frankreich sieht das mit der Sportdefinition sicherlich ganz anders. So wie die Franzosen im Gegensatz zum Rest der Welt, vieles ganz anders sehen. So wie die Amerikaner den Jazz haben, haben die Franzosen ihr Boul. Wir deutschen haben keinen Jazz und kein Boul. Was aber nicht weiter schlimm ist. Wir haben dafür andere Dinge. Und können den Jazz und das Boule ja theoretisch importieren. Was zwar nicht dasselbe ist, aber was soll man machen. Es ist also nachweislich kein Nationalsport, sondern eine Nationalkultur. Bei der jeder mitmachen kann, wird und muss. Ob es wohl Franzosen gibt die zeitlebens nie eine Boulekugel in ihren Händen gehalten haben? Bestimmt wird das Boulspiel eines Tages als Weltkulturerbe deklariert. Gibt es einen Amerikaner der nie eine Jazz-Note gehört hat? Wohl kaum! Oder zumindest mir unvorstellbar. Das wäre ja so, als ob ein Deutscher bis zu seinem Ableben, nie ein erfrischendes Bier bei brütender Hitze wie einen kühlen Gebirgsbach seine ausgetrocknete Kehle hinunter gestürzt hätte. Oder Zeit seines Lebens nie einen Fußball mit seinen Fußspitzen berühren würde. Boule ist eigentlich ein ganz einfaches Spiel. Wie Jazz-Noten ebenfalls, eigentlich sehr einfach sind. Die Betonung liegt auf „eigentlich!“ Man wirft eine größere Kugel in die Nähe einer kleineren Kugel. Das war's. Aber einfach ist auf den ersten Blick vieles. Etwas völlig anderes ist das, was der Mensch aus „einfach“ alles macht. Gerade Dinge die mit dem Attribut „einfach“ bezeichnet werden, sind oft hoch komplex. Und anders herum. Alles was man anderen als hochkomplex verkaufen will, ist meist diletantisch einfach. Was also mit der simplen Beschreibung – Einfach – beginnt, endet im völligen komplizierten, viel- und tiefschichtigen Gegenteil. Das klingt nicht nur paradox, es ist es auch. Wenn man in einer fremden Stadt jemanden nach dem Weg fragt. Und der beginnt seine Erklärung mit den Worten:“ Ach, das ist ganz einfach...“ Dann weiß der geübte Frager doch sofort, dass es jetzt brutal kompliziert wird. Und man am zigsten, „dann einfach Rechts und dann einfach Links, da einfach drüber und da einfach drunter“, schon 20 Kreuzungen zuvor geistig ausgestiegen ist. Weil man der einfachen Beschreibung bei bestem Willen nicht folgen konnte. Aber man wegen der guten Erziehung bis zum Ende „der wohl einfachsten Wegbeschreibung der Welt“ dem Gefragten zuliebe ausharrt. Sich so alle zwei Straßen weiter erneut durch fragt. Bis man es ans Ziel geschafft hat. Dieses arglose und dabei so entlarvende „einfach“ wird nur noch von einer unbedacht und viel zu häufig geäußerten Äußerung übertroffen, dem „kein Problem!“ Wenn Handwerker, oder wen man auch immer mit etwas beauftragt, sagt: „Kein Problem!“ dann weiß man, dass man ganz tief in der Scheiße steckt. Kein Problem heißt in der wörtlichen Übersetzung nämlich: „Davon hast du keinen blassen Schimmer und ich nehme dich jetzt aus wie eine Weihnachtsganz und du kannst nichts dagegen tun!“ Auch für Boule gilt, im Prinzip ist es ein ganz einfaches Spiel. Das lernt jeder „kein Problem!“ Wissen sie warum alle vom ersten Golftraining überglücklich zurückkommen. Weil der Trainer allen und jedem bescheinigt, dass er ein Naturtalent sei. Das würde er sogar einem Hund mit auf den Weg geben, wenn der einen Golfschläger in den Pfoten halten könnte. Wer will das nicht gerne hören? Nur so verdient sich der Golflehrer eine goldene Nase und auf dem Golfplatz hauen ein „Paar“ mehr Grobmotoriker maulwurfsgroße Hügel aus dem edlen Rasen. Im sicheren Bewusstsein, sie hätten Talent und Begabung zugleich. Beim Boule geht das nicht so einfach. Denn man sieht selbst und die Mitspieler sehen es ebenfalls und obendrein das herumstehende Publikum sieht alles sowieso. Nämlich, dass der Grossteil der Kugeln nicht das macht was man eigentlich wollte, oder tun müsste. Noch schlimmer, sie liegen in einer Entfernung zum eigentlichen Ziel, dass man glauben könnte, da spielt jemand ein anderes Spiel. Vielleicht gibt es deshalb keine reichen Boulelehrer, wie es reiche Golflehrer wie Golfbälle im Teich gibt. Oder gibt es überhaupt Boulelehrer? Ich habe noch nie einen gesehen. Geschweige denn, von einem gehört. Vielleicht ist das ja eine Marktlücke? Boulekurse. So mit blitzblanken Kugeln. Gruppen Training. Und Einzeltraining. Legeübungen und Schussübungen. Konzentrationsübungen. Technische Übungen. Theorie darf auch nicht fehlen. Regeln, Regeln und noch mal Regel pauken. Mentales Training. Komische Vorstellung. Kann ich mir nicht wirklich vorstellen. Aber die WC Ente, den Zauberwürfel, das Tamagotchi und das EPS System konnte ich mir auch nicht vorstellen. Boulelehrer will ich mir auch nicht wirklich vorstellen. Man lernt es vom Vater, oder vom Opa in Frankreich. In Deutschland von einem völlig frankophilen und überdrehten Platzhirschen. Der jedem Neuen das Spiel aufzwingen muss. So eine Art Träger des Boule- Virus. Der jeden in seiner nähe infizieren muss. Wie so plötzliche Nichtraucher, die einem Tag ein Tag aus erklären, um wie viel ihr Leben jetzt besser ist ohne Zigarette. So erklären die Platzhirschen um wie vieles ihr Leben besser ist, seit dem sie Boule spielen. Meine Vorstellungen vom Boule sind vor langer Zeit ins Rollen gekommen. Boule ist mir das erste Mal richtig mit 10 Jahren, natürlich in Frankreich, persönlich begegnet. Wo auch sonst? Man kann nicht in Frankreich gewesen sein, ohne das Spiel bemerkt zu haben. Das ist so unmöglich wie drei Wochen durch Paris laufen und nie den Eifelturm gesehen zu haben. Oder 4 Wochen Urlaub und nie ein Stück Baguette abgebrochen zu haben. Sicherlich habe ich es zuvor schon mal gesehen. In Paris, oder anderswo in Frankreich. Denn wir waren zuvor schon zwei Mal im Frankreichurlaub. Auf Entschädigungstournee. Wir waren so eine Art frühe Kelly Familie, ebenso laut und auf Wiedergutmachungsreise quer durch Frankreich. Aber wir sind bei weitem nicht so groß raus gekommen, lag vielleicht an den Haaren, zudem weil wir nur einen Urlaub pro Sommer hatten. Es erscheint mir daher rückblickend als ausgeschlossen, dass in den Urlauben zuvor, da nie irgendwo eine Boulekugel herum gelegen haben soll. Unterm Eifelturm? Sicher! Aber ich habe ihm, dem Spiel, bis dahin noch nicht meine ungeteilte Aufmerksamkeit widmen können. Da waren andere Eindrücke, die es galt zu verarbeiten. So habe ich in Paris als kleiner Junge miterleben müssen, wie die alten Jugendstil Markthallen abgerissen wurde. Sie mussten weichen für ein modernes Einkaufszentrum – Les

Halles. Bausünden der 70er also auch in Frankreich. Schon damals kam mir das als ein weit größerer Verlust vor, als ein Gewinn für die Stadt. Mein Gefühl hat sich bis Heute bestätigt und bewahrheitet. Das einzige Stück Paris, so wie ich es in meiner Kindheit erleben durfte, finde ich Heute nur noch in St. Germain-des-Prés. Oder auf der Rückseite des Montmatre. Alles Andere ist mir fremd. Die Autobahngebühren – Péage – sind mir bis Heute als unverschämt in Erinnerung. Warum Geld für Strassen bezahlen? In Deutschland war das alles umsonst. Hier wiederum muss ich mit Blick auf die Straßenqualitäten und die Raststätten einen Irrtum einräumen. Für das Geld bekommt man in Frankreich mehr Mobilität auf hohem Niveau geboten. Was in Deutschland im Laufe der Jahre immer maroder wurde. Was haben wir uns über die Schlaglöcher in der ehemaligen DDR echauffiert. Und jetzt sehen unsere Strassen aus wie die damals im Osten. Somit scheint die Péage ihr Geld wert zu sein. Keine Staus, traumhafter Asphalt und exzellente Tankstellen. Über die Péage ging es auch zu meiner ersten intensiven Begegnung mit dem Boulespiel. Das geschah wie gesagt erst in Vieux Beaucoup am Atlantik im Sommer 1976. Das ist ein kleiner Ort. Die wenigsten kennen ihn. Deshalb lohnt es auch nicht ihn näher zu beschreiben. Sonst klingt das so wie in diesen Radiosendungen: „Woher kommen sie?“ Aus Etterschlag!. Wo ist Etterschlag? Bei Grafrath! Wo ist Grafrath? Das liegt direkt bei Inning. Ach ja und wo liegt Inning? An der A 96. Was ist die A 96. Die Autobahn nach Lindau! So, so. Also liegt Etterschlag zwischen Lindau und München. So kann man es auch beschreiben. Ähnlich erging es Vieux Beaucoup. Deshalb, lass ich es. Wir waren im Sommerurlaub. Drei Wochen. Deutsche Familie. In Frankreich. In Ferienhaus. Ich, der Jüngste. Meine 4 Geschwister und meine Eltern natürlich. Mit dem Auto über Paris, Portier, an Bordeaux vorbei Richtung Dax und dann ab ans Meer. Ich weiß nicht mehr wer das Meer zu erst entdeckt hat. Aber ich weiß das ein beliebtes Spiel im Auto war: „Wer sieht zuerst das Meer?“ Und hinter jeder Kurve schrie einer „da!“ mit dem Ergebnis das es nur der Himmel am Horizont war, ein See war, oder ein Feld. So ging dies über Stunden. Und die Zeit verging wie im Flug. In 2 Tagen waren wir da. Aus 14 Grad Nieselregen in 28 Grad Sommerhitze. Ich erinnere mich noch gern an den Geruch und das warme Gefühl, wenn man an den Tankstellen im Süden aus dem Auto kletterte. Und man sich immer mehr der Klamotten entledigte. Immer mehr Sand unter den Füssen hatte. Orangina statt Capri Sonne. Das war der überzeugende Beweis, dass die weit verregnete Heimat hinter einem lag. Und jede Menge Urlaubsabenteuer vor einem. Die letzten Boten des Meeres waren die Korkeichen. Und natürlich die Dünen. Wir sind zu siebt in einem Auto gereist. Mit Sack und Pack. Ohne Sicherheitsgurte. Ohne Nackenstützen. Ohne Navigationssystem. Ohne Seitenaufprallschutz. Und der Begriff Airbag war auf lange Sicht noch nicht einmal erfunden. Das einzige Sicherheitsmerkmal, das einen zur damaligen Zeit begleitete, war der Vater. Der sich völlig und ausschließlich darauf konzentrierte, uns alle heil hin und ganz wieder zurück zu bekommen. Aus heutiger Sicht ein wahres Wunder, dass wir überhaupt angekommen sind. Mir wurde immer schlecht beim Autofahren. Kein Wunder, bei solchen Reisebedingungen. Ich glaube, es war ein Peugeot 505. Grün. Mit Schaltung hinter dem Lenkrad. Oder so was Ähnliches. Zu der Zeit konnte ich Autos noch nicht so auseinander halten wie Heute. Obwohl es Heute auch immer schwerer wird. Es waren noch „nur Autos“ für mich. Große und kleine. Rote, gelbe und grüne. Meine Eltern kann man getrost als francophil bezeichnen. Eine damals weit verbreitete Krankheit in deutschen Haushalten. Eigentlich mehr ein Syndrom oder ein Trauma. Aber ich bin zu wenig Arzt, um eine genaue Diagnose zu erstellen. Offensichtlich infiziert von der jüngeren deutschen Geschichte, gab es unübersehbar den inneren Wunsch auf so eine Art Wiedergutmachung. Entschuldigung. Freundschaft. Gute Nachbarschaft. So, als ob man einem Freund eine Beule ins Auto gefahren hätte. Ihm das nicht eingestehen kann. Und einem seitdem das schlechte Gewissen plagt. Das so dermaßen plagt, dass man ständig auf Wiedergutmachung aus ist. Man neigt dazu den Anderen zu übervorteilen. Ihm in allem zu nachsichtig zu sein. Die Schuld entschuldigt alles. Somit neigt das Opfer manchmal dazu zu übertreiben. Oftmals reicht eine aufrichtige Entschuldigung. Somit reichte damals fast ganz Deutschland seinen angrenzenden Ländern die schuldigen Hände. Von wegen, man kann seine Hände nicht Deutschland. Sogar im Land von Persil, Priel und Palmoliv bleiben Reste der Schuld unter den Nägeln auf ewig zurück. Mir, also meiner Familie, brannte speziell Frankreich unter den Nägeln. Somit gerät jede Frankreichreise, zu einer Pilgerfahrt. Auf den Spuren einer Wiedergutmachung für etwas, was ich nicht miterlebt habe. Meine Eltern nicht verschuldet haben. Aber so ist das nun mal bei Krankheiten. Die sucht mach sich ja nicht aus, sondern die bekommt man gratis. Übertragen so zusagen. Diese Art der einseitig wohlwollenden Begegnungen wurde den Amerikanern und Russen nicht zu Teil. Da habe ich keine Hand von unserer Seite gesehen. Cola war verpönt. Alles amerikanische, sogar Ketchup war nicht wirklich willkommen. Aber ganz ohne ging es auch nicht. Bis auf eine Sache. Der Jazz. Aber der wird wohl Thema meines zweiten Buches sein müssen. Das hat er sich verdient. Somit näherte man sich der nachbarschaftlichen Annäherung unter anderem im Urlaub an. Einmal den Fuß der Schuld auf Frankreichs Mutterboden gesetzt, fängt das Syndrom jetzt erst mal richtig an, sich ordentlich Platz im Gedankengut zu verschaffen. So ein ordentliches, unbegründetes und unklares Schuldgefühl muss auch genährt und versorgt werden. Sonst droht es zu verkümmern. Aber die Allianz der Befreier hat da ganze Arbeit geleistet. Sicherlich ungewollt. Denn wer will schon Generationen mit etwas belasten, dessen Ursprung die nicht mal mehr ersehen oder verstehen können. Man kann das mit Uli Höness vergleichen. Der hat mal zu seiner aktiven Zeit als Fußballer, den entscheidenden Elfmeter im Endspiel einer Europameisterschaft nicht verschossen, das wäre gelinde ausgedrückt, sondern fulminant im Nachthimmel versenkt. Das man getrost noch Heute davon ausgehen kann, dass sich dieser Ball in einer geostationären Umlaufbahn im Tempo der Erddrehung über unser aller Häupter bis zum jüngsten Gericht mit bewegt. Das spürt auch Uli Höness. Dieser Ball ist wie der Nordstern. Er ist immer da. Auch wenn Wolken davor sind. So weiß Ulli, dahinter leuchtet er. Der Elfmeterball. Mit diesem Schuldgefühl, der selbst verschuldeten und versauten Europameisterschaft ist er seitdem auf Wiedergutmachungstour in Sachen deutscher Fußball. Was zur Folge hat, dass die Bayern fast alles gewinnen. Und

der Verein wohl der am besten geführte ist. Und wenn jemand denkt, Mensch Uli nun reicht es aber. Nein, dass Ding fliegt bis zum letzten Atemzug über die Querlatte von Uli hinweg. Da kann man mal sehen, was so ein kleiner Fehltritt für große Auswirkungen hat. Nun nehme man sich mal den größten Fehltritt bis jetzt seit Menschen Gedenken. Das Dritte Reich. Jetzt lässt sich langsam erahnen, wie viele Ulis in Deutschland leben. Und wie viele auf Wiedergutmachung bedacht sind. Ich habe damit kein Problem mehr. Denn ich habe so Frankreich von einer Seite kennen gelernt, das zu einer Seite in mir geworden ist. Keine Belastung, keine Schuld, sondern ein positiver Auftrag der Menschlichkeit begeleitet mich, als Deutscher. Das ist doch was. Deshalb macht es mich auch besonders stolz, dass wir uns beim Irak Krieg rausgehalten haben. Und die Franzosen an unserer Seite. Alle sind den Superdemokraten und extrem freiheitlichen förmlich in den Allerwertesten gekrochen. Und haben eine Allianz der Ignoranz gegründet. Wir haben einfach „nein“ gesagt. Besser unser Kanzler zu dieser Zeit. Nicht alle waren dieser Überzeugung, aber zum Glück diejenigen die etwas zu sagen hatten. Noch besser, die etwas zu entscheiden hatten. Die Allianz bekommt jetzt jeden Tag ihre Freiheitskämpfer in Einzelteilen und Plastiksäcken im Laderaum von Flugzeugen zurückgeschickt. Was für viele unbedacht nur ein Krieg war, ist nun zu dem Krieg geworden. Wecken sie mal um drei Uhr früh Uli Höness auf und schreien sie ihm ins Gesicht: Elfmeter. Was glauben sie, was dem da zu erst in den Sinn kommt. Mit diesem „nein, sind wir unserer eigentlichen „Schuldrolle“ voll und ganz gerecht geworden. Der Rolle der positiven humanitären Verantwortung für immer. Eine schöne Rolle. Finde ich viel besser als die des Aggressors, des Mitläufers oder vielen anderer Rollen. Und wir haben unsere humanitäre Position gegen jeden Widerstand verteidigt. Die Freundschaft stand auf dem Spiel. Wir drohten aus der Gemeinschaft verstoßen zu werden. Heute sitzen da eine Reihe von Verantwortlichen, die alle in einer stillen Stunde denken: „Hätte ich mich da besser raus gehalten.“ Somit hat mein Leben als Deutscher Ausländer im Ausland einen besonderen Sinn. Als wenn ein Spanier nach Schottland fährt. Oder ein Schwede nach Griechenland. Türken und Griechen könnten noch wissen, was ich meine. Religionen unter einander auch. Aber Deutschland hat es einfach mal so gleich zweimal in einem Jahrhundert mit dem Rest der Welt aufgenommen. Darum schwingt bei Deutschland, Deutsch, Schwarz Rot Gold und der Hymne immer etwas Barbarisches mit. Weil es unter diesen Eindrücken auch barbarisch war. Es ist gerade mal 60 Jahre her. 54 Millionen Tote. 20 Millionen Russen. 7 Jahre Krieg. 6 Millionen Juden. Und keiner von denen ist eines natürlichen Todes gestorben. Die Hölle auf Erden. Der Teufel sprach deutsch und hörte Wagner. Seine Handlanger verbrannten Bücher und verfolgten alle anderen bis in den Tod. Und wir Heute wissen über diesen hinaus. Jeder einzelne Tod ist mit persönlichem, unmenschlichem Schmerz verbunden. Jeder Tod ist mal zehn mit unmenschlicher Trauer verbunden. Und das alles gerade mal 60 Jahre her. Da leben noch überlebende Opfer. Die in deutsch bis auf des bitterste gedemütigt wurden. Da schleichen noch Täter. Die das Ausmaß immer noch herunter spielen. Da scheint es doch nur logisch, dass allein der Klang der deutschen Sprache, eine pavlowsche Reaktion auslöst. Darum schreit man als Deutscher nicht so laut im Ausland. Aus Respekt vor den Überlebenden. Ich zucke immer wieder zusammen, wenn im Fußballstadion, die Fankurve „Sieg – Sieg“ lauthals skandiert. Wenn fette Deutsche, ungepflegte Männer mit Sonnenbrand am Strand, mit Bierfahne sich unüberhörbar aufführen. Deutsch im Ausland ist für mich immer noch von Zurückhaltung, Demut und Freundlichkeit geprägt. Es ist eine schöne Verpflichtung der angenehmere Ausländer zu sein. Als, unterbewusst zu wissen, dass man gehasst wird. Alles Aspekte die ein Teil dieses katastrophalen Trauerzuges deutscher Geschichte wurden. Man rülpst ja auch nicht am Tisch. Und die Gründe dafür, dies nicht zu tun, sind bei weitem nicht so überzeugend. Trotzdem, regen sich viele darüber auf. Die Verantwortung „deutsch“ mit Freude an zu nehmen. Ja, sich verantwortlich zeigen, dass fällt vielen schwer. Aber sich nachher nicht entschuldigen können, wenn die Verantwortung völlig aus den Fugen geraten ist, noch umso schwerer. Man war ja nicht verantwortlich. So das muss reichen. Als wenn jemand unter Alkoholeinfluss einen Autounfall baut, bei dem Menschen zu Tode kommen und derjenige einfach die eigene Verantwortung dem Alkohol auferlegt. Denn der war Schuld daran. Nüchtern wäre das nicht passiert. So leicht macht es sich der Mensch eben gerne. Alles wollen, aber keine Verantwortung tragen. Nur für den Fall, das es gut geht. Der kollektive Siegestaumel, der ist zulässig. Wir werden Weltmeister. Aber die haben das getan. Schon paradox. Aber so ist er nun mal der Mensch. Und wir Deutschen können es besser machen. Wir können diesem menschlichen Problem begegnen. Was für eine einmalige Chance. Aber man ist jetzt nicht mehr verantwortlich. So einfach wollen es ich viele machen. Das ist kein deutsches Problem. Das ist ein Problem des Menschen. Leben light. Man kann nicht so tun, als ob dem nicht so wäre. Andere haben ein ähnliches Problem vor der Brust. Obwohl wir Deutsche das natürlich nie sagen dürfen. Denn wir haben lebenslänglich Fingerzeigverbot. Amerikaner und Indianer. Oh, jetzt habe ich es gesagt. Australier und Aboriginees. Mensch, schon wieder. Chinesen und Buddhisten. Da wieder. Westliche Welt und Afrika. Mein Gott. Vietnamesen und Amerikaner und die Franzosen. Ist es mir schon wieder rausgerutscht. Franzosen und Algerien. Oh! Jugoslawien und der Kosovo. Schon wieder. Viele haben ihren eigenen Teil vom Schuldgefühl-Syndrom abbekommen. Ob sie es wahr haben wollen oder nicht. Die meisten verweisen dann immer auf die Deutschen. Das ist lächerlich wie im Krankenhaus. Da findet man auch immer jemanden, dem es schlechter geht. Jeder geht damit um, wie er damit glaubt umgehen zu müssen. Deshalb ist es schon richtig. Das man erst mal vor der eigenen Stube fegen sollte. Bis man andere auf ihren eigenen Dreck hinweist. Aber wir fegen und fegen, haben mittlerweile eine blitzblanke Bude, aber das Recht mal die Staubkörner der anderen ins Auge zu fassen. Dieses Recht haben wir auf immer verwirkt. So ist das nun mal. Deshalb schon mal Entschuldigung dafür, das ich es trotzdem getan habe. Fußballspiele gegen Deutschland waren gerade für Holland und andere Länder, wie für uns immer mehr, als nur, ausschließlich Fußballspiele. Es ist immer auch eine Abrechnung. Für unsere Gegner war es auch immer der Wunsch nach Genugtuung. Dem wir dummerweise selten nachgekommen sind. Wir wären weiter, viel weiter wenn wir nie

Weltmeister geworden wären und nie Europameister im Fußball. Zum wichtigen Integrationsgefühl Europa hätte das ungeahnte viel beigetragen. Aber wir haben mal wieder falsche Ziele verfolgt. Bis Heute. Ach würden uns alle lieb haben, wenn wir in jeder Vorrunde seit 1954 mit 8:2 rausfliegen würden. Wie beim Wressling hätte man das alles türken sollen. Deutschland immer hoffnungsvoll immer mit einem guten Anfang, aber am Ende siegen immer die Anderen. Wie schön wäre das zu häufig zitierte Zitat von Gerry Linaker: Fußball ist 11 gegen 11 und am Ende lachen alle über die Deutschen, wenn sie mal wieder raus geflogen sind.“ Aber leider kam alles anders. Wir mit unserem Ehrgeiz. Wir haben gewonnen. Und jetzt steigen wir auch noch in unsere Autos und fahren nach Frankreich. Um uns für das alles zu entschuldigen. Und das auch noch bei einem ehemaligen Erzfeind. Auch so ein Wort, dessen Sinn ich bis Heute nicht verstehe. Oder anders gesagt nicht bereit bin zu akzeptieren. Unsere Annäherung bestand darin, sich die andere Kultur zu verinnerlichen. Und seine eigene Identität hinten an zu stellen, zu verleugnen und so gut es ging zu verstecken. Das Ziel, zeitweise einer der ihren unter ihnen zu sein. So wenig Deutsch wie möglich zu sein war das oberste Gebot. Keine Fahnen. Und bloß keine Hymne. Deutschland verstecke dich, hieß das Spiel. Franzose ärgere dich nicht. Das Seltsame an dieser Verstellung und Einstellung fiel mir schon früh auf, wenn man sich zum Beispiel Menschen aus anderen Ländern vorstellte. Dann sprach man seinen eigenen Namen nie in Deutsch aus. Sondern so wie er in der Fremdsprache wohl klingen müsste. Franzosen würden keinen Gedanken daran verschwenden wie Jean, Paul oder Phillip sich in Deutsch anhört. Aber aus Christof wurde eine klanglich französische Vorspeise gemacht. Oder es klang mehr wie ein Ort in der Normandie. Als nach meinem Vornamen – „kriiissdouph“. Und weil Franzosen kein „h“ aussprechen können, hat man freiwillig beim Nachnamen den ersten Buchstaben weggelassen und den Rest endlos in die Höhe und Länge gezogen: „ iiinnzäää! Das sollte dann Hintze bedeuten. Auch der Versuch akzentfrei eine Fremdsprache zu beherrschen, war ein angeborener Tick. Hat jemand mal Franzosen englisch reden hören? Das fällt einem erst einen Tag später auf, dass dies englisch hätte sein können. Wir aber haben der exakten Aussprache gefrönt. Wie andere den präzisen Ton einem Instrument entlocken. Man trank Rosé, trug zu dieser Zeit Blau-Weiß gestreifte Pullover oder T-Shirts. Im fremden Land traute man sich auch eine Baskenmütze aufzusetzen. In Deutschland wäre das wohl des Guten zu viel gewesen. Man aß Schnecken, Muscheln und Froschschenkel. Käse bis zur Ohnmacht. Hörte Joe Dassin und Yves Montand. Im Fernsehen sah man Filme von Truffaut, oder mit Jean Gabin. Über Tati durfte man sich offiziell lauthals totlachen. Frankreich war eine Art Lebenskultur die man am Bein hatte, die man mitten in Deutschland auslebte. Damit zeigt man etwas. Man dokumentierte etwas Wesentliches. Die Krönung war der familiäre Besitz eines französischen Autos. Die damals wirklich noch Schrott waren. Talbot Simca, die sind weggerostet wie Eiswürfel in der Cola geschmolzen sind. Der oder das Cola? Diese Diskussion weigere ich mich zu führen. Ich habe deshalb zeitlebens „eine Cola“ bestellt. Und die „Cola“ gemeint. Citroen, Renault oder, wer konnte, ein Peugeot. Sogar der Peugeot Händler in Deutschland war schon irgendwie spürbar französisches Hoheitsgebiet. Ein Botschaftsgelände für Frankophile. Wie ein Kurzurlaub in die Ardennen. Wie Philatelisten sich die Nase an jedem Briefmarkenladen platt drückten, so erging es Familien beim französischen Autohändler. Die Ente. Der Peugeot 205. Der R5. Alles Kult. Entstanden auf dem breiten Rücken eines kollektiven Schuldgefühles. Da kann man aus heutiger Auto sicht nur froh sein, dass die Italiener so lange mit ihrem Dutsche rechts Schritt gehalten haben. Sonst wären wir alle Alpha Sud gefahren. Wer sich noch erinnert. Das einzige Auto, das noch schneller rostete als es die chemische Reaktion überhaupt für möglich hielt. Habe ich da nicht vorhin meinen Alpha Sud geparkt? Weg war er. Im Autohimmel. Weiter klare und eindeutige Indizien für den Befall von Frankophilie waren regelmäßig Baguette im Brotkorb. Ich hatte sogar eine französische Brieffreundin. Okay, die Formulierung klingt etwas hochtrabend. Es war mehr ein Nachkarren, nach einem Mädchen, bei dem ich nicht zum Zuge gekommen bin. Die Tochter eines französischen Generals. Isabelle Labonde hieß sie. Sie war Austauschschülerin in Deutschland und sehr hübsch. In einer anderen Familie untergebracht. Aber ich habe mich an sie ran gemacht. Ich hasste Briefe schreiben, aber ich hatte keine andere Chance den Kontakt anderweitig aufrecht zu halten. Ich wollte Frankreich lieben. Und ich wollte das Frankreich mich liebt. Der Unterschied zwischen Sex und Liebe war mir noch nicht geläufig. Telefonieren mit Isabelle wäre undenkbar gewesen. Zu teuer. So haben wir uns schüchterne inhaltsleere Briefe hin und her geschickt. Alles gipfelte dann in einem gemeinsamen Urlaub auf einer französischen Insel bei und mit ihrer ganzen und großen Familie. Franzosen haben im Gegensatz zu uns Deutschen große Familien. Und wenn ich groß sage, dann meine ich 4-Mal so groß wie sie jetzt denken. Wir Deutschen haben dagegen Familchen. Da kamen welche aus Australien angereist. Jeden Sommer. Zu Weihnachten und zu sonstigen wichtigen und unwichtigeren Anlässen. Wenn die Familie rief, folgt ein halbes Land. Die Familie eines Generals. Mehr muss ich eigentlich nicht mehr sagen. Ich bin mit dem Leben davon gekommen, sonst könnte ich diese Zeilen nicht schreiben. Aber ich bin offensichtlich in keinster Weise zum Schuss gekommen. Aus 3 Wochen wurden nur 10 Tage und ich wurde zurück geschickt. Risikominimierung aus Sicht des Generals. Denn Isabelle kam mir bedrohlich nahe. Das war des guten dann doch zu viel. Die Entwicklung war ohnehin hoffnungslos und unbefriedigend für mich. Da zog ich den kontrollierten noch unverwundeten Rückzug vor. Alles entwickelte sich anders als erwartet. Vor allem als erhofft. Es war rückblickend aber gut so. Denn Isabelle war im Dunstkreis ihrer Familie ein ganz anderer Mensch - Französin. Alles knistern zwischen uns wurde ständig von ihrer Familie flächendeckend gelöscht. Und da sie nicht enterbt und verstoßen werden wollte, löschte sie meistens mit. Ein Deutscher im urlaub im Hause eines französischen Generals. Dass war dann doch zu viel. Der hätte eher ein Bein, statt seine Tochter hergegeben. Bloß kein Deutscher hieß es zu dieser Zeit noch immer in Frankreich. Auf einem Niveau wie man in Deutschland befand, bloß kein Gastarbeiter. Das gefiel mir nicht. Wir haben nie mehr von einander Kenntnis genommen. Obwohl eine Isabelle aus Frankreich noch eine sehr kurze, aber sehr schöne Rolle in meinem Leben

spielen sollte. Die mir auf einen Schlag den Unterschied zwischen Liebe und Sex für immer klar machen würde. Vielleicht war Frankreich noch nicht reif für mich, weil ich noch nicht Reif genug war? Gerade deswegen lag es nur nahe, dass natürlich jeder als zweite Fremdsprache in der Schule französisch wählte. Frankreich, das war nun mal das Land der Liebe. Das Land, das man lieben lernen sollte und musste. Ohne Gewissheit, dass diese Liebe jemals erwidert würde. Bis dahin. Wir waren Deutsche. Das hörte man und das sah man. In Frankreich reichte das aus, um abrupt Stille an einem belebten Ort einkehren zu lassen. Restaurant Besitzer mit leeren Tischen im Rücken erklärtem einen, dass kein Tisch mehr frei wäre – pardon! Im Supermarche folgten einem Mitarbeiter auf Schritt und Tritt. Diese Demütigungen, Ausgrenzungen und Zurückweisungen hat man aber mit großem Verständnis auf sich genommen. Warum verstand ich erst später. Frankreich ist und bleibt eine Liebe die vielleicht nie auf Gegenseitigkeit beruhen wird. Frankreich ist und bleibt beleidigt. Der Schmerz und das Leid, das wir Deutschen über das land gebracht haben ist einfach noch zu groß. Die Wunden sind nicht mal vernarbt. Es ist auch erst 60 Jahre her. Die Zeitzeugen leben noch unter uns. Deren Hass wurde weiter und weiter gereicht. Wie eine Pechfackel. Diese brennt zwar weiter ab, aber bis sie erlischt, das kann noch dauern. Wie lange? Das ist doch egal. Mit der sicheren Hoffnung und dem festen Glauben, dass diese seelische Krankheit heilbar ist, ist Zeit ein unwesentlicher Faktor. Das ist so, als ob man Krebs hat, die Heilung ist entscheidend, das wann ist völlig nebensächlich. Fragen sie mal einen Krebskranken, der wird ihnen das bestätigen. Das Aufrechnen in Zeit ist dumm. Denn wer wirkliches Leid ertragen musste, der weiß dass das Sprichwort, die Zeit heilt alle Wunden, wirklich dämlich ist. Das tut sie nicht, das soll sie auch nicht. Es gibt Schmerzen für die Ewigkeit. In diesem unseren Fall sind diese sogar wichtig. Denn sie bewahren die wichtige Wachsamkeit. Das so etwas nicht mehr passieren kann. Frankreich kann noch nicht vergeben, noch nicht verzeihen. Noch nicht. Der tiefste Stachel im Fleisch von Frankreich ist die Tatsache, sich nach dem 2-Weltkrieg nicht selbst befreit zu haben. Die Ressistance wirkt da inszeniert um einigermaßen eine Richtigstellung für die eigene geschönte Wahrheit hin zu bekommen. Deutschland besetzt, ausgebombt, entwaffnet, kapituliert, demoliert und demontiert. Trotzdem im Eiltempo auferstanden aus Ruinen. Zur in den Schoß der Weltgemeinschaft. 1954 schon Fussball Weltmeister und kurze Zeit später wirtschaftlich rechts an Frankreich ohne zu blinken vorüber gezogen ist. Die D-Mark. Aber es bleibt für viele trotzdem eine unerfüllte Liebe. Eine die bekanntlich besonders reizt. Die Sehnsucht danach ist größer, als die Wunden, die vernarben werden. Unser frankophiles Leben war eigentlich schön. Bis auf die unglaublich fetten Soßen mit endlos viel Sahne drin. Auch die creme fraich Arie, empfand ich als zu dickflüssig. Was daran fraiches sein sollte? Ach ja Senf kam natürlich aus Dijon. Nun aber schnell zurück nach Vieux Beaucoup am Atlantik im Sommer 1976. Einige Tage habe ich die alten Männer beim Boulespiel beobachtet. Gucken, werfen, messen, freuen, ärgern, schießen, werfen, prüfen, putzen, abmessen, lachen, diskutieren, rauchen und wieder und wieder werfen. In sängender Hitze, harre ich am staubigen Bouleplatz im Ortszentrum aus. Der kleine blonde Deutsche, ohne eine Miene zu verziehen. Gut eingecremt von Muttern. Sonst wäre ich wie eine Wunderkerze einfach verglüht. Immer mit einem interessierten Lächeln im Blick. So als ob man in der Warteschlange beim Bäcker der dicklichen Verkäuferin ständig signalisieren will, ich bin als nächster dran. Ich. Hallo ich komme jetzt gleich dran. Das ist gar nicht so einfach. So einen Blicke auf sich ziehender Blick, der natürlich ohne jegliche Intimitäten nicht falsch verstanden werden soll. So stand ich da wie ein Wackeldackel. Bei guten Würfen wippte mein Kopf von oben nach unten. Wie ein Trainer, der das hat kommen sehen. Bei verunglückten Würfen, ein leichtes Schütteln. Der gleiche Trainer, der auch das hat kommen sehen. Und auch immer die Ohren weit offen. Um Wortfetzen zu verinnerlichen: bien joue, merde, o la la, une, deux, trois, boule, pueton, par tous, a toi. Meine Eltern haben mich dort natürlich gerne eine Zeit verweilen lassen. Die hatten dann mal ihre Ruhe und den kleinsten von der Backe. Bei fünf Kindern eine Chance, die man sich nicht entgehen lassen kann. In regelmäßigen Abständen kam ohnehin immer ein Familienmitglied, um nach dem rechten zu sehen. Die standen dann kurz bei mir. Stellten dann völlig uninteressiert ein paar Interessierte Fragen. Die ich dann natürlich alle beantworten konnte. Ich kann mittlerweile einigermaßen die Spielregeln. Die Spieler Charaktere. Die Wurfszenarien und Techniken. Die Namen der meisten Spieler und was man sonst noch so um das Spiel vom Spiel erfährt, wenn man ihm alle seine Aufmerksamkeit widmete. Immer versuchte ich, die Blicke der Boulespieler zu kreuzen. Einen Blick aufzufangen und für mich einzufangen. Meine Geschwister suchten Muscheln am Strand und ich erhaschte Blicke von Boulespielern. Hatte ich einen eingefangen, war mein Erfolgserlebnis mir im Gesicht abzulesen. Kann man Frankreich oder Franzosen näher kommen, näher als beim Boule spielen? Ich denke nicht. Ich für meinen Fall fühlte mich sehr nahe. Der Weg zu unserem Ferienhaus war nicht weit. Einfach die Straße zurück in Richtung Strand. Am Minigolfplatz vorbei. Bei einbrechender Dunkelheit war meine Zeit abgelaufen und ich musste rasch den Heimweg antreten. Begleitet wurde dieser zu meist von einem meiner Geschwister und tief fliegenden Fledermäusen. Es lag nie auch nur der Anschein einer Gefahr im Verzug. Was soll schon passieren, wenn ein blonder, deutscher 10-jähriger am Rande eines Bouleplatzes steht? Das Spiel, es hat mich sofort in seinen Bann gezogen. Obwohl ich aus heutiger Sicht nicht mehr sicher bin, ob es das Spiel war, oder alles was sich drum herum abspielen sollte. Hat auch hier die Umwelt mich mehr geformt, als mir klar ist? Zufall, Schicksal und Glück waren man wieder am Werke? Denn welche Entscheidung kontrollieren wir wirklich? Welche sind von der Umwelt völlig willkürlich geprägt? Natürlich behauptet der Mensch gerne mit Berufung seines Verstandes, was er alles logisch entscheidet. Aber ich hatte schon immer das Gefühl, das es mit der menschlichen Logik nicht weit her ist. Das alles was wir machen, sicher nicht im Kopf entschieden wird, sondern eher aus dem Bauch heraus. Und dann eher dünn vom Kopf erklärt wird. Denn ich bezweifle, dass es ein Boule-Gen gibt. Das plötzlich ausgelöst wird. Die Natur ist wirklich ein einfaches Spiel. Das wäre der Natur viel zu kompliziert. Reinkarnation kann ich natürlich nicht kategorisch ausschließen. Ich ein wiedergeborener Jean Paul aus Brest in der Bretagne? Vor dem Hintergrund, dass alle meine Vorfahren aus dem

Osten kommen. Die kennen Kugeln nur vom russisch Roulett. Oder ähnlichem. Alles am Boule hat mich fasziniert. Die gelben stinkenden Zigaretten im Mundwinkel. Gitanes Maisblatt. Die waren offensichtlich so ungesund, dass man den Krebs mit dem bloßen Auge auf dem Tabak hätte sicherlich krabbeln und erkennen können. Diese Stoffschlappen an den Füßen. Die am Hacken runter getreten waren, weil sie einem sonst die Verse aufscheuerten. Die Eisenkugeln. Die unterschiedlichen Markierungen auf den Kugeln. Eine Rille. Zwei Rillen. Kreise. Die ganz glatten. Die Präzision. Das Schweinchen. Damals noch holzfarben. Der Lappen in der hand. Das Polieren der Kugeln zwischen den Würfen. Die Konzentration. Das Diskutieren. Das Nachmessen. Das Anrollen und weg schießen. Das seinem Mitspieler den idealen Punkt anzeigen. Alles war eins. Alles war Frankreich. Es war wie ein Frankreich-Konzentrat von Persil. In diesem Mikrokosmos war die ganze Idee von Frankreich vereint. So wie in einem Regentropfen die ganze Idee des Meeres enthalten ist. Reduziert auf die Größe und das Gewicht einer Eisenkugel. Vor allem fiel mir dieser eine alte Mann mit den weißen Haaren auf. Jedem, der einen Moment den Spielern zusah, fiel er unweigerlich auf. Gott, hatte der viele Haare am ganzen Körper auch auf dem Rücken. Ein Umstand, der mich viele Jahre später selbst ereilen sollte. Der alte Mann war schon ganz klein, weil er so krumm war. Früher war er sicher 10 bis 15 Zentimeter größer. Aber jetzt schien er zu schrumpfen. Mit seiner weißen Seglermütze. Und einer ledrigen dunkelbraunen Haut. Die mir wie unser dunkelbraunes IKEA Ledersofa vorkam. Damals wusste ich noch nicht, was Alter wirklich bedeutet. Für mich war mein großer 6 Jahre älterer Bruder alt. Meine Eltern steinalt. Also stand da eine Art Druide vor mir. Mit einem langen weißen Bart hätte er sich nahtlos in meine Asterix und Obelix Vorstellung eingefügt. 200 Jahre alt oder noch ein bisschen älter. Der einen Magneten an einer Schnur hatte, die praktischerweise bis zum Boden reichte, um die Kugeln wie von Zauberhand vom Boden aufzuheben. Direkt ins Tuch. Wo sie dann kurz poliert wurden, um wieder im trockenen, staubigen Dreck in unmittelbarer Nähe des Schweinchens zu landen. Der nie nachmessen musste, weil er entweder unübersehbar immer näher als alle anderen war. Oder andere sich für ihn bückten. Ihm wurde jeglicher Respekt entgegen gebracht. Er war der grand senior, auf dem Platz. Das spürte man. Wenn er im Wurfkreis stand, war das immer ein besonderer Moment. Ein Umgang mit alten Menschen, der mir in Deutschland fremd war. Das sah man so alte Menschen nicht. Oder nur selten, an der Kasse im SPAR. Wenn sie wieder den Zettel von der Wursttheke verloren hatten und meine Mutter davon völlig genervt war. Was mir auch an dem alten Mann auffiel, und mir zuerst unerklärlich war, war das auf seinem linken Unterarm, auf der Innenseite, eine Nummer geschrieben stand. Die könnte er da mit Kugelschreiber hingeschrieben haben? Dachte ich mir aus. Ich ließ die Kugelschreiber-Theorie aber schnell wieder fallen. Denn der hielt doch nicht länger als einen Tag auf der haut. Außer man würde sich an dieser Stelle nie mehr waschen. Was unwahrscheinlich war. Erwachsene waschen sich ständig. Vor allem, wenn sie den ganzen Tag im Staub stehen. Zudem konnte er unmöglich jeden Tag an exakt derselben Stelle so genau die Nummer wieder notiert haben. Aber sie war jeden Tag da. Vielleicht ist das seine Telefonnummer oder sein Geburtstag? Menschen in dem Alter vergessen doch so viel. Eine praktische Idee, dachte ich mir. Eine Nummer? Tätowierungen kannte ich natürlich auch. Aber wer tätowiert sich eine Nummer auf den Arm? Das ergibt doch keinen Sinn. Herzen, Messer, Frauennamen. Aber eine Nummer? Man stelle sich mal vor, es wäre seine Telefonnummer und die würde sich ändern. Ich hatte mir in meinem kurzen Leben schon verschiedene merken müssen. Wie viele wären das erst, wenn man steinalt ist. Der Arm müsste voller Nummern sein. Als ich meinem Vater davon erzählte und nach der Nummer fragte, wurde mir schnell klar, dass die Nummer eine gänzlich andere Bedeutung hatte. Mein Vater erklärte mir dann sehr umständlich, was das für eine Nummer war. Bis dahin war mir die Existenz von Konzentrationslagern nicht bekannt. Ganz verstanden habe ich das damals nicht auf Anhieb. Nur so viel, dass wir deutschen viele Menschen in Unterbringungen festgehalten haben, gegen ihren willen, in denen es den Insassen sehr schlecht ging. So schlecht, dass viele verstarben. Von Krematorien hatte mein Vater zu diesem Zeitpunkt noch nichts erzählt. Von 6 Millionen Juden auch nichts. Er wollte sich auf das Wesentliche konzentrieren, auf die Erklärung zur Nummer. Und weil das so viele in diesen Konzentrationslagern waren, hat man der Ordnung halber alle durchnummeriert. Wie gesagt, was sich hinter dieser einfachen Erklärung wirklich verbarg, verstand ich erst einige Jahre später, als ich den Film“ Deutschland im Nebel“ sah. Ein Schock. Seit dem habe ich nie mehr die Nummer auf diesem Arm aus dem Kopf bekommen. Er war da. Er hat es überlebt. Er kam zurück. Aber plötzlich lag trotzdem ein kleines Schuldgefühl auf meinen jungen deutschen Schultern. So als ob einen eine leichte Müdigkeit befallen hätte. Man musste ständig daran denken nicht einzunicken. Diese Schuld war immer da, wie ein neuer Schatten an meiner Seite. Nicht groß, nicht lang, aber ich konnte ihn spüren. Der Respekt vor dem alten Mann und dem Spiel stieg exponential weiter an. Ich war kurz davor mir ein Autogramm zu holen. So weit ging meine Verehrung. Sicherlich auch stark angetrieben von dem leidlichen Schuldgefühl, das mich ab dann lange Zeit begleiten sollte. Und wenn ich ehrlich bin noch heute ein Teil meiner eigenen Wahrnehmung ist. Ich empfinde diese aber nicht mehr als belastend, sondern eher als eine Herausforderung. Einen Auftrag. Wie einem Rückstand in einem Fussballspiel hinterher laufen zu müssen. Immer mit dem festen Willen, Ziel und Glauben einholen zu können. Am Ende das Spiel für mich zu entscheiden. Er bemerkte meine übertriebene Aufmerksamkeit natürlich. So wie ich ihn angestarrt habe, ließ sich das nicht vermeiden. Außer er wäre blind gewesen, was beim Boulespiel aber mehr als unüblich ist. Er sprach mich immer regelmäßiger beim Vorbeigehen in deutschen Bruchstücken an. Ich empfand diese als witzig, er auch. Dachte ich zumindest. „jawohl!“ alles klar?“ warf er mir zu und ich lachte, um ihm meine Sympathie zu verdeutlichen. Wenn der Mut mich übermannte, antwortet ich in französischen Bruchstücken, die ich auf dem Platz aufgeschnappt hatte, zurück: oui, bien joui, merci, bonjour. Nach 4 langen, heißen Sommertagen, ohne Schatten, kam er dann auf mich zu und reichte mir seine Boulekugeln. Die Zeit schien still zu stehen. Keine Zeitzeugen meiner Familie in der Nähe. Ein kleiner nicht unwesentlicher Schlüsselmoment in meinem Leben. „Du auch? Fragte er“ ich wurde knall

rot, dann blass, dann wieder knallrot. Hitzewallungen und Schüttelfrost. „jjaa!Jjjjaa!Quiiii-ouiiii“ stotterte ich. Die ganze Welt schien nur auf mich zu blicken. Wie in einer 1 millionenfachen Vergrößerung unter einem Elektronenmikroskop stand ich da. Ab dem Zeitpunkt brachten mir alle alten Franzosen auf diesem Bouleplatz jeden Tag meines Resturlaubs so 10 bis 20 Minuten Boule spielen bei. Und Boule leben. Was zwei völlig unterschiedliche Dinge sind. Das Spiel versteht man schnell. Es ist ja, wie gesagt, eine einfaches Spiel. Man muss die große Kugel nur nah an die kleine werfen. Aber die Atitüden des Spieles. Die Bewegungsgeschwindigkeit. Wie man seiner Kugel nachsieht. Wie nah man seinem Mitspieler kommt. Wie man sich den Boden ansieht. Wie man sich auf dem Platz verhält. Alles das lernte ich natürlich auch. Da war nichts von Fußball Stimmung. Man fällt sich nicht in die Arme, wenn man einen guten Wurf gemacht hatte. Sondern man machte umso besser der Wurf war, ein umso selbstkritischeres Gesicht. Und wenn einem mal die Kugel entgleitet, macht man sich besser schnell über sich selbst lustig. Bevor es andere taten. Es war immer die kostbarste und schönste Zeit meines Urlaubstages. Ich wartete bis alle Begegnungen gespielt schienen und wieder meine Minuten dran waren. Seine Frau. Also die Frau von Pepe, so hieß der alte Mann, sprach fließend deutsch. Ich glaube sie war sogar Deutsche. Sie war sehr nett. Meine Eltern waren sehr glücklich, dass ich so nett aufgenommen wurde. Man merkte ihnen förmlich an, dass sie den frankophilen Therapieerfolg wohlwollend in sich aufsaugten. Aber sie behielten immer eine Distanz. Als ob sie ein schreckhaftes Eichhörnchen am Wegrand nicht verjagen wollten. Denn keines ihrer anderen Kinder war so tief in das Herz Frankreichs vorgestoßen wie ich. Ich habe Pepe natürlich nie auf die Nummer auf seinem Arm angesprochen. Nie. Aber hingesehen, habe ich ständig. Sie waren alle sehr nett zu mir. Was ich Zeitlebens nicht vergessen habe. Denn mit diesem Moment hat mir Pepe gewollt oder ungewollt etwas mit auf meinen Lebensweg gegeben. Er hat mir was in meinen Rucksack der Erkentnisse gesteckt. Wie Schokolade in die Schuhe an Nikolaus. Was ich erst viel später in seiner ganzen Auswirkung erkennen sollte: das Spiel. Die Toleranz. Die Gerechtigkeit. Die Gemeinschaft. Der Spaß. Die Gelassenheit. Das Gönnen. Bei soviel Leid, das er sicherlich erlitten hatte. Was ich natürlich auch erst viel später erahnen konnte. Hat er den kleinen Deutschen mitgenommen, zu sich genommen, an seine Seite genommen, wie ein Opa. In eine andere Welt – Frankreich. Seine schützende Aura zog einen magischen Kreis um mich. Ich war jeden Tag für Minuten einer von ihnen. Sicher und unantastbar. Unter dem persönlichen Schutz von Pepe. Der Mensch kann also verzeihen ohne dabei vergessen zu müssen. Nicht alle. Nicht viele. Aber Pepe konnte das. Es wäre ein Leichtes gewesen, an mir vorbei zu sehen. Obwohl er die Nummer am Arm trug, all die anderen Boulespieler nicht. Nur gut, dass ich die Chance hatte, es in diesem Jahr zu lernen. Denn schon ein Jahr später weilte Pepe nicht mehr unter uns. Ich weiß es, weil wir ein Jahr darauf für ein zweites und letztes Mal mit der gesamten Familie an diesen Ort zurückkehrten. Der ohne Pepe, auch die sämtliche Toleranz des Vorjahres völlig verloren hatte. Ich wurde ignoriert und gemieden. Dann doch der Deutsche eben. Keiner bot mir mehr seine Kugeln an. Keiner wollte mit mir spielen. Als ob ich eine ansteckende Krankheit hätte. Der Junge aus dem Sumpf des Tätervolkes. So wurde ich gemieden. Das hat mich tief getroffen. Weil damit auch das Andenken an Pepe schaden genommen hat. Frankreich hat von Pepe nicht gelernt. So spielte ich dann wohl oder übel mit meinen Geschwistern am Ferienhaus. Im Sand. Die aber hatten den tieferen Sinn des Spiels nicht verinnerlicht. Die sahen damals ein Spiel. Nur als ein Spiel. Die spürten nicht die Kultur. Wie auch. Sondern sie spielten das Ganze auf ihre ganz eigene Art. Das war weniger Boule, mehr Kugeln werfen. Ich war nie mehr am Dorfplatz gesehen. Es gab keinen Grund für mich weiterhin demütigen zu lassen. Wie diese Kellner im Restaurant, nach denen man ständig Ausschau hält, denen man unablässig zuwinkt, die aber, den ich guck länger an dir vorbei und noch länger durch dich durch Blick, drauf haben. Aber wie die Kellner mir heute nicht mehr das Essen vermiesen können, so konnten mir die Boulespieler das Spiel, das Pepe mir mitgegeben hatte, nicht mehr nehmen. Es saß viel tiefer, als die Dummheit der Menschen, die mir entgegen sprang. Es wäre auch keinem aufgefallen. Sie waren wieder unter sich. Sie konnten wieder ihren gelernten Dogmen aufrechterhalten und ihre überlieferten Vorurteile aufpolieren wie die Kugeln. Das Spiel mit meinen Geschwistern aber brachte nicht den Spaß, die Verbundenheit, die durch meine Vorfreude und Erfahrungen eines Sommers zurück in mir loderte. Es war nicht mehr französisch. Es hatte auf einen Schlag an Gelassenheit verloren. Übertriebener Ehrgeiz gesellte sich dazu. Ständig wurde es laut und es wurde noch häufiger gestritten. Ganz im Gegenteil, ohne Pepe, war es als ob man meiner Lust am Boule die Kerzen ausgeblasen hätte. Meine Eltern bemerkten meine Enttäuschung. Reagierten spontan und kauften mir meine ersten glänzenden Boulekugeln. Aber trotzdem war meine Leidenschaft bis auf weiteres abgekühlt. Es war eben nicht mehr dasselbe, sondern nur so etwas Ähnliches. Als Kind war ich sehr enttäuscht und tief berührt. Wie sich innerhalb von einem Jahr das Blatt wenden konnte. Wenden zu einem menschlich so schlechten. Die ganze Autofahrt freute ich mich auf Pepe. Aber Pepe hatte mir trotzdem meine Lektion mit auf den Lebensweg gegeben. Obwohl er das sicher nicht beabsichtigt hatte. Das Spiel musste erstmal einige Zeit ohne mich auskommen. Nach dem Ausflug in die Geschichte meiner Verbindung zum Spiel nun zum eigentlichen Spiel zurück. Man spielt es gewöhnlich mit 3 Kugeln. Aus Eisen. Die einen Durchmesser von um die 74 mm haben. Es gibt auch größere und kleinere. Je nach Handgröße, Wurftechnik und Spieleigenschaften muss man sich für welche entscheiden und fest daran glauben, es seien die richtigen. Ist man dazu noch nicht in der Lage, dann sollte man sich auch noch keine kaufen, sondern sich welche leihen. Bis man in der Lage ist, sich welche zu kaufen. Zudem haben diese Kugeln unterschiedliche Gewichte. So um die 710 Gramm. Es gibt aber auch schwerere und leichtere. Auch hier kommt die erwähnte Entscheidungsfähigkeit ins Spiel, vor dem eigentlichen Spiel. Zudem haben die Kugeln unterschiedliche Eigenschaften in Bezug auf den Härtegrad. Auch hier wird irgendwann eine Entscheidung notwendig sein. Es gibt härtere und weichere. Die weichen rosten schneller. Bekommen schneller Macken. Die harten rollen mehr, springen mehr und versinken schneller. Aber rosten nicht so schnell. Die weichen rollen weniger und titschen nicht so bei hartem Boden. Jeder Boulespieler schwört auf

seine Kugeln. Denn die waren in der Regel teuer. Und die Entscheidung für die richtigen Kugelsätze hat sich sicherlich in die Länge gezogen. Die Kugelsätze ruhen in einer schönen Holzkiste oder in einem Kunstlederbeutel. Zu dem gibt es ein Cochon, auf deutsch „Schweinchen“Holzkugel. Früher war die holzfarbend. Heute ist diese grell gelb, grell grün oder grell rot. Wie mit den Tennisbällen. Die waren auch mal nur cremefarben. Damals. Damals erinnere ich mich es war nun 1981, machte ich meine Klassenfahrt an die Cotes Azur. Genau gesagt nach St. Raphael. Das liegt bei Toulon. Alle 10 Schulklassen machen eine Abschlussfahrt. So auch die 10.4 der Gesamtschule Köln Chorweiler. Heute heißt sie Heinrich Böll Gesamtschule. Schon ein Jahr später waren wir nur noch die Hälfte in der Klasse. Die einen marschierten weiter Richtung Abitur. Die anderen in die Lehre oder zum Bund. Wir hatten die Wahl. Meine Wahl war klar und eindeutig auf Frankreich gefallen. Andere reisten nach London und Italien. Wir waren sehr viele Schüler, ich denke mal so um die 600 müssen es gewesen sein. Aus mehreren Schulen. Am Mittelmeer war ich zuvor noch nie. Deshalb fiel mir die Entscheidung leicht. Ich erwähne das, weil ich hier erneut auf Frankreich getroffen bin, in der Sehnsucht, Frankreich würde meine Liebe erwidern. In wunderbarer Form und ebenso ansehnlichen Kurven mit demselben Namen der mir schon Jahre zuvor begegnet ist - Isabelle. Sie war die Attraktive und unerreichbare Freundin des Hotelbesitzers. Der ein Mercedes Cabrio fuhr und in allen Belangen cooler war als wir. Zigaretten ohne Filter, Ricard ohne Cola und Auto ohne Dach. Er behütet sie wie einen Schatz. Und sie machte keinerlei Anzeichen, dass sie für irgendjemand erreichbar wäre. Sie fuhr regelmäßig sein Cabrio. Langweilte sich eigentlich den ganzen Tag. Räkelte und cremte sich auffällig langsam und intensiv vor unser aller Augen am Strand ein. Sobald der Rücken dran war, fragte sie immer ein anderes Mädchen am Strand. Keine Chance. Die Hälfte von uns musste sofort in die Bauchlage wechseln. Weil man sonst die anatomischen Auswirkungen hätte eindeutig erkennen können. Andere huschten schnell ins kalte Wasser. Man hätte uns Jünglinge sicher sabbern hören, wenn der sonstige Lärm nicht so laut gewesen wäre. Nach dem Eincremen, legte sie sich auf den Bauch und öffnete das Oberteil. Um nahtlos braun zu werden. Alle versuchten wir uns ihre Brüste vorzustellen. Einen Anblick zu erhaschen. Denn bis zu diesem Zeitpunkt waren wir auf den Playboy als einzige Aufsichtsvorlage angewiesen. Die paar sonstigen Begegnungen haben keine Spuren hinterlassen. Und alle hofften auf eine unüberlegte Bewegung von ihr. Die den Blick nur für ein tausendstel frei geben würde. Aber den Gefallen tat sie uns nicht. Sie war unglaublich hübsch. Nein sie war mehr, sie war außerordentlich schön. Alle haben sich die Augen nach ihr verdreht. Vor allem die Lehrer. Denn sie war schon 22 Jahre. Ich war gerade mal 17 geworden. 5 Jahre älter. Das war damals eine Ewigkeit. Ich bin offensichtlich spät aus der Pubertät gekommen. Ich bin auch spät rein gekommen. Pickel im Gesicht waren nicht mein Ding. Davon blieb ich weitestgehend verschont. Mädchen hatten bis zu meinem 16 Lebensjahr keine wesentliche, besser gesagt zentral, Rolle gespielt. Also keine Sexualität als Mittelpunkt des Seins. Außer Flaschendrehen und knutschen, war nicht viel passiert. Mal gefummelt. Aber mehr diletantisch. Mehr, um bei den anderen Jungs nicht als Spätzünder da zu stehen. Ich mochte Mädchen, aber außer hin und wieder durch die Vibrationen bei der Busfahrt am morgen, hatte mein Geschlechtsteil noch nicht die völlige Steuerung meines Willens übernommen. Willst du mit mir gehen? Blues tanzen auf „if you leave me now“ von Chicago. Händchenhalten. Liebesschwüre. Das war das Niveau, auf dem ich mich bis dato befand. Andere waren schon voll im Geschäft. Die erzählten ständig die gleichen Geschichten. Was sie wie mit welchen Mädchen wann und wo getan haben. Die standen dann alle Jungs wie Mädels, in der Pause auf dem Jungenklo und rauchten. Ich spielte draußen Fussball. Die lasen unentwegt Bravo. Ich fuhr Skateboard. Die hörten baycity roller, abba, sweet und so was. Ich hörte jazz und die beatles. Und wenn nicht, dann ging ich zum Fußball spielen. Oder auf die Domplatte zum Skateboard fahren. Oder machte andere Sachen. Aber Frankreich sollte mir in diesem Punkt ein weiteres Mal den weg weisen. Nach dem Boule bekam ich von Isabelle die wichtige Lektion in körperlicher Begierde. Sicherlich viel zuviel für meinen damaligen Status. Aber das kann man sich im Leben manchmal eben nicht aussuchen. Das erste Mal Fahrradfahren sah auch nicht so toll aus. Weiß nur keiner mehr. Beim Auto war das ähnlich. Warum sollte es beim Sex dann anders sein. Das körperliche Resultat dieser Lektion war, dass mir Tage lang mein bestes Stück schmerzte. Sicherlich ein Beweis meiner Ungeschicktheit und Unwissenheit. Denn Isabelle und ich haben uns 8 Stunden geliebt. Falsch, sie hat mich 8 Stunden dazu angehalten, sie zu lieben. Und ich habe versucht, ihren Anweisungen und Wünschen zu folgen. Was mir mehr oder weniger gelungen ist. Dabei dachte ich immer auch an Isabelle die Erste. Die Brieffreundin von damals. Meinem ersten kläglich gescheiterten Versuch, dass Frankreich mich doch bitte lieben möge. Das Schicksal hatte sich offensichtlich beim ersten Mal geirrt. An der falschen Isabelle geklingelt. Was sicherlich am Namen lag. Der Zufall hat alle Hände voll zu tun, da kann man sich mal beim Namen irren. Aber Isabelle 1 und Isabelle 2 waren was völlig anderes. Das hätte dem Schicksal gleich auffallen müssen. Ich haderte nicht mit meinem Schicksal, sondern war über den Ausgang natürlich sehr glücklich. Alles passierte in einer Nacht. Denn zum einen reisten wir drei Tage später ab. Und zum anderen war nur in dieser einen Nacht, ihr Wachhund nach Nizza gereist. Ich musste sie einfach danach fragen. Denn ich hätte es mir nie verziehen, wenn ich mit der Ungewißheit hätte leben müssen, hätte sie oder hätte sie nicht? In der felsenfesten Annahme und eben solcher Überzeugung, dass sie mein Bitten nach willenlosem und kopflosem Sex mit einem Jungster natürlich nicht erwidern würde, in dieser festen Annahme habe ich sie einfach gefragt. Auf französisch. Ein damals berühmter Disco Schlager kam mir da ganz gelegen. Eigentlich habe ich wie gesagt mindestens mit einer Ohrfeige gerechnet. Das ist fast so sicher wie am P1 in München nicht rein zu kommen. Man startet einen erbärmlichen Versuch, der einfach zum scheitern verurteilt ist. Sie lächelte aber nur, ihr un-verbindliches freundliches Gesicht veränderte sich merkwürdig und antworte „oui“. Und plötzlich war alles an dieser Situation und an ihr sehr verbindlich. Damit war meine bis dahin mühsam aufgebaute Weltordnung völlig durch einander. Wie die Dias im Diarad meines Vaters. Falsche Urlaube und verdrehte Bilder. Wir gingen sofort auf ihr

Zimmer. Wir gingen nicht über Los, zogen keine 4.000 Mark. Die Entscheidung war gefallen, das Urteil wurde sofort vollstreckt. Es machte mir den Anschein, als ob sie keine Zeit verlieren wollte. Ich wollte hier und da noch ein wenig auf Zeit spielen. Was mir aber nicht wirklich gelang. Ich hatte keine Ahnung von Sex. Ich hatte gerade mal einen schlechten Super 8 Sexfilm bei einem Freund gesehen. Bei dem ich anatomisch nicht folgen konnte. Der auch eher zur Übelkeit anregte. Es war klar, dass sie meine Unerfahrenheit heraus bekommen würde. Deshalb gestand ich ihr das ohne Umschweife ein. Und war dabei schon das erste mal gekommen. Bei dem Versuch meine Hose zu öffnen und herunter zu ziehen, habe ich schon den ersten Schuss verpulvert. Kurzschluss. Schlimmer konnte es nicht werden. Was die Sache für sie noch schmackhafter zu machen schien. Sie entwickelte einen Ehrgeiz. Einen fast sportlichen Ehrgeiz, das letzte aus mir heraus zu holen. In einer Nacht habe ich alle Praktiken durchlebt. Denen ich bis heute keine weiter hinzufügen musste. Alles wonach Frauen sich nach ihrer Meinung nach wirklich sehnen. Alles habe ich mitgemacht, so gut es ging. In der Morgendämmerung haben wir die letzte Lektion hinter uns gebracht. Sie hatte einen südamerikanischen Einschlag. Sie roch so gut. Ihre Haut war geölt und roch nach Kokosnuss. Sie hatte gewellte dunkle lange Haare. Sie war der Typ „Carmen“. Und sie schmeckte süßlich. Überall. Sie hat Recht behalten. Alle Lektionen haben bis heute Bestand. Frankreich hat mich also doch geliebt. Mehr als das, Frankreich hat mich entjungfert. Ihre dunkle Haut. Das dunkelblaue Kleid mit den gelben Tupfern. Die gepflegte Wäsche. Den Wert dieser Zusammenkunft sollte ich auch erst viel später als wesentliche Erkenntnis einordnen können. Denn auch Isabelle die II hat etwas in meinen Rucksack fürs Leben gesteckt: „Du musst sagen was du willst. Du musst wollen was du willst. Und du musst es dann auch tun.“ ach ja, zurück zum Spiel. Boul. Einige lassen sich neben den üblichen Mustern, ihren Namen auf die Kugel gravieren. Nicht auf das Schweinchen, sondern auf die Eisenkugeln. Wegen der Familienzugehörigkeit. Wenn da im Laufe eines Spieles so viele eng bei einander liegen. Kann man seine eigenen oft nur schwer erkennen. Alle nennen das spiel Boule, aber es heißt Petanque. Darum nennen es alle Boule. Das Ziel des Spieles ist es, möglichst viele Boule näher an dem Schweinchen zu haben als ein Gegner. So weit so gut. Wie gesagt, ein einfaches Spiel. Der Gegner kann eine Person sein. Dann spielt man tête a tête - Kopf gegen Kopf. Nicht um Kopf und Kragen, so kommt es einem aber manchmal vor. Oder ein Team aus zwei Spielern, gegen ein Team aus ebenfalls zwei Spielern. Dann spielt man eine doublette. Oder drei gegen drei. Dann heißt es tripplette. Bei der tripplette hat jeder nur noch zwei Kugeln. Weil mehr als 12 kugeln sind des Schweinchens Tod. So zu sagen, zu viel des guten. Das Schweinchen muss 6 bis 10 Meter weit entfernt auf einem bespielbaren Untergrund geworfen werden. Wenn alle Spieler bzw. Mannschaften einverstanden sind mit der Lage des Schweinchens dann gehts schon fast los. Das einfache spiel. Man wirft das Schweinchen immer vom ort seiner letzten Position aus. Man kann also nicht einfach hingehen wohin man will. Außer zum Glas Wein, oder aufs Örtchen. Der erste Werfer seiner Mannschaft, zieht elegant mit der schuhspitze, man darf nicht barfuss spielen, einen runden Abwurfkreis. Auch nicht unbekleidet darf man Boule spielen. Sicherlich ein Grund, warum an FKK Stränden das Spiel nicht an zu treffen ist. Beim Federball ist das möglicherweise erlaubt. Die Vorstellung nackt Boule zu spielen, ist auch abwegig. Den wenig junge Menschen vor allem des weiblichen Geschlechtes üben dieses Spiel aus. Somit ist es eher unappetitlich, wenn ein Rudel reiferer Männer, mit Haaren aus allen Körperöffnungen und auf allen Körperteilen, Zigaretten im Mundwinkel, Eisenkugeln in den Dreck werfen. Sich dabei ständig bücken, nachmessen und ständig die Kugeln polieren. Auch bei sengender Hitze muss man ein T-Shirt tragen und kurze Hosen und feste Schuhe. Zurück zum Abwurfkreis, der im Durchmesser nicht mehr als 30 Zentimeter groß sein darf. Für Menschen mit Schuhgrößen über 44 kein leichter Stand. Da hilft nur, den Kreis oval anzulegen. Also in der Länge ein wenig zu verlängern. Denn auf Zehenspitzen ist nicht gut kugeln. Diese Körperhaltung erinnert mich an Louis de Funes. Wobei mir eine weitere Geschichte meiner Frankophilie in den Sinn kommt. Die Eskalation dieser Krankheit fand in der 11 Klasse statt. Ich entschloss mich auch hier, Frankreich etwas zurück zu geben, was ich ihm nicht schuldig war.

Geschrieben von Christof Hintze in Das Spiel um 13:01

Teil 2. Das Spiel. La partie. [Das Buch]

Teil 2. Das Spiel. La partie. [Das Buch]Dafür musste Claude Monet hinhalten. Er war der Mittelpunkt meines Kunstreferats. Mit dem Ergebnis 1+. In dem ich über epische Breite, mit der Schreibmaschine über 80 Seiten verfasste. Die meinen schwulen und tollen Kunstlehrer völlig aus der Fassung brachte. Im positiven Sinne. Denn eigentlich habe ich ein Buch über Claude Monet und den Impressionismus geschrieben. Ich habe recherchiert und studiert wie nie davor und nie mehr danach in meiner Schulzeit. Mit diesem Gesamtwerk habe meine schulische Spitze erklommen. Mal ehrlich 1+. Was soll da noch kommen. Aber auch hier wie gesagt der Auslöser, ganz offensichtlich die Frankophilie. Denn musste es denn Monet sein? Es gibt 100 andere Länder mit anderen Malern. Aber ich musste mal wieder einen Franzosen wählen. Monet hat mich auch noch zu meiner Studienzeit ein wenig begleitet. Im Museum Ludwig in Köln, hing und hängt sicher noch immer ein Seerosenteich. Ein Bild, zu dem ich immer wieder pilgerte. Das hieß, ich zahlte Studententarif für die gesamte Sammlung, ging aber schnurstracks nach oben zum Seerosenteich. Und ließ alle anderen Bilder links liegen. Denn in einem Abstand von ca. 9 Metern stand eine Ledersitzgelegenheit. An einem guten Tag war diese frei. An einem nicht so guten musste ich warten. An einem schlechten hockte da so ein irrer und starrte länger als eine halbe Stunde auf ein und das selbe Bild. Meistens war ich der Irre und hatten einen gute Tag. Ich saß da

und saugte die Energie dieses Bildes in mich auf. Rückblickend kann die Stiftung froh sein, dass noch Farbe auf dem Bild ist.
Aber dieser Monet, war mein Blick aufs Meer. Mein Blick vom Gipfel eines Berges. Und das mitten in Köln. Zurück zur Körperhaltung beim Boulespielen, die auch ein wenig an Jaques Tatis erinnert. Eigentlich haben die und zu erwähnen wären noch Asterix und Obelix, Fantomas, die drei Musketiere und Jean Paul Belmondo mein Menschenbild vom Franzosen an sich, maßgeblich geprägt. Immer wenn ich französische Polizisten sah, musste ich unweigerlich an Louis de Funes denken. Obwohl die französische Polizei weit aus strenger ist als die Deutsche. Trotzdem habe ich bei jeder Begegnung einen Lachanfall immer gerade noch vermeiden können. Aber das grinsen war nicht zu verstecken. Asterix und Obelix vermittelten mir das Selbstverständnis der Grand Nation. Die ihren Hochmut wahrt. Egal was auch geschieht. Mit einer solchen Überzeugung das man getrost davon ausgehen kann und muss, dass ganz Frankreich wirklich im Besitz eines Zaubertrankes ist. Meine Lieblingsszene war immer, wenn die Galliere auf die Piraten getroffen sind. Und der Schwarze im Ausguck nur noch stammeln konnte: die ga.. Ga.. Und dann schwammen alle nur noch auf Planken und Kisten im Meer. So stellen sich Franzosen das vor. Wenn sie mal loslegen. Dachte ich mir. Aber zurück zum Spiel. Nun wirft der erste Spieler seine erste Boule. So nah wie möglich an das Schweinchen. Werfen. Was für ein einfaches Wort für einen hochkomplexen Vorgang. Die Kunst des Bogenschießens nimmt auch ca. 400 Seiten ein. Beim perfekten Boulewurfes ist das ähnlich. Der über Jahre heranreifen muss. Stunden um stunden. Wurf um Wurf. Ähnlich wie beim Bogenschießen - schießen. Als ob man schon deshalb treffen würde, nur weil man den Pfeil losläßt. Die meisten würden nicht mal die Scheibe treffen und sich mit der sehne verletzen. Beim Boule ist das identisch. Es sieht so leicht aus, aber ein guten Wurf nicht nur einmal aus einer glücklichen hand geworfen, ist eine Kunst für sich. Alles was leicht aussieht, ist viel komplexere und schwieriger als man im allgemeinen annimmt. Beim Boule ist das wie beim Golf. Jeder hat mal einen guten Schlag, aber es geht nicht darum mal eine Kugel ordentlich zu legen, sondern einen möglichst hohen Prozentsatz ideal zu spielen. Beim Golf wird ein Fehlschlag gleich böse bestraft. Beim Boule ist das nicht so dramatisch. Aber die es wirkt sich auf die Statistik im kopf aus. Denn jeder wird von 100 würfen einige sehr nah an das Schweinchen bringen. Aber die guten bringen immer 80 % nah ran und die sehr guten über 90%. Deshalb ist der kürzeste Golfwitz, auch gleichzeitig der kürzeste Boulewitz: „ich kann´s jetzt!“ Boule spielen kann man auch mit der des Filme machen von Jaques Tatis gut vergleichen. Der hat Jahre an seinen filmen gefeilt. Der hat endlose Einstellungen immer wieder ins Visier genommen. Der hat solange an allen Parameter geschraubt, bis die Szene seiner Vorstellung entsprach. So ist es auch beim Boule man hat eine Vorstellung aber man spürt oder sieht, dass die Ausführung damit nicht im Einklang ist. Und genau das verbessert man, verändert man. Ständig und stetig. Deshalb ist es nur logisch das ein Filmemacher wie Tatis aus dem Land des Boulespieles kommt. Wer gibt sich schon so viel Mühe für solche Kleinigkeiten? Aber genau das macht die Qualität seines Lebenswerkes aus. Das macht auch die Qualität eines Boulspielers aus. Er berücksichtigt immer alle möglichen Parameter. Das Wetter, das Licht, der Boden, die Entfernung, den Mitspieler, den Gegner, die Temperatur, den Spielstand, die Spielsituation, die Tagesform, alles einfach alles muss im Einklang sein. Eine klare Vorstellung von dem was zu tun ist und sich nie mit Weniger zufrieden geben. Witzig dabei ist zu beobachten, dass alle Boulespieler Rituale haben. Die sie vor jedem Wurf exakt wiederholen. Einige sind wirklich sehr amüsant zu beobachten. Andere kann man mit dem bloßen Auge kaum erkennen. Das Scharren mit den Füßen. Das Richten der Mütze. Das Polieren der Kugel. Das Drehen der Kugel in der Hand. Das Kratzen im Nacken. Das Hinknien und wieder aufstehen und wieder hinknien und wieder aufstehen. Der perfekte Boule Wurf wird also folgendermaßen ausgeführt. Immer wieder. Vor allem immer mindestens einmal mehr als der Gegner. Man wirft gegen seine eigene innere Statistik. Heute 80% super gelegt und 60% getroffen. Aber man braucht lange Zeit um das in Fleisch und Blut übergehen zu lassen. Von der idealen Wurftechnik gibt es aber eine Reihe von Abweichungen, die ebenso gut funktionieren. So schleichen sich bei den meisten Spielern Ticks ein. Diese lassen aber das Individuum Mensch zum Vorschein kommen. Man erkennt Menschen am Wurf, wie an ihrem Gesicht. Der Wurf ist so individuell, wie der Fingerabdruck. Die Körperbewegung ist manchmal alles andere als rund und harmonisch. Aber wenn das Ergebnis stimmt, ist das okay. Daran sollte man nichts ändern. Stimmt das Ergebnis nicht, sollte man seine Wurftechnik überdenken. Obwohl es offensichtlich ist, dass umso verwirrter und absurder die Wurftechnik wird, auch die schlechte Statistik das deutlich zum Ausdruck bringen würde. Aber die hat jeder Spieler ja nur selbst im Kopf. Und nicht jeder ist ehrlich zu sich selbst. Man legt die Kugel eigentlich ruhig in die Handinnenfläche. Die natürlich in Richtung Himmel geöffnet ist. Die Hand ist flach und ausgestreckt. Die Kugel ruht wie ein kleiner See im Handteller. Dann schließt man die Hand, sanft. Als ob ein Vogel darin sitzen würde. So das er nicht weg fliegen kann, aber erdrücken will man ihn ja auch nicht. Also, langsam und behutsam. Und zwar so, dass die Fingerspitzen beim Schließen eine gerade Linie bilden und der Daumen die Kugel nicht berührt. Wenn man den Arm jetzt gerade ausstrecken würde, bilden Mittelfinger und Ringfinger Kimme und Korn. Der Daumen wird locker abgespreizt. Er würde nur die gerade und direkte Wurflinie beeinflussen. Deshalb sollte er die Kugel nicht tangieren. Viele greifen die Kugel mit dem Daumen, dass geht in der Summe der Würfe aber auf Kosten der Präzision. Der Druck der Finger muss angemessen sein, nicht zu hoch, das verzieht den Wurf in eine zu hohe Flugbahn und nicht zu locker, dass läßt die Kugel frühzeitig aus der Hand nach unten entwischen. Beides Nebenwirkungen die der Annäherung an das Schweinchen hinderlich sind. Aber im Prinzip ist Boule ein sehr einfaches Spiel. Die große Kugel muss in die nähe der kleinen Kugel. Appropos Nähe. Was auch ein Spiegel der Liebes- & Leidensbeziehung zwischen Deutschland und Frankreich ist, ist die Tatsache der Marktanteile im Automobilmarkt. Der zeigt eines deutlich. Das geht hier nicht mit rechten Dingen zu. Also, mit Fakten kann das nichts zu tun haben. Wenn sie zum Beispiel ins Saarland fahren, haben die Franzosen ein ziemlich großes Stück vom Kuchen. In

Frankreich natürlich den größten Brocken vom Markt. Aber sie müssen nur einen Schritt über die deutsch-französische Grenze machen und schon glaubt der eine, dass der andere keine Autos bauen kann. Wir reden hier nicht von ein paar Prozent, wir reden hier von erdrutschartigen Verschiebungen der Marktanteile. Wie kommts? Sehen sie, so weit sind wir eben noch nicht. Dabei kann man getrost davon ausgehen, das die Produkte in ihren technischen Qualität bei weitem nicht so weit auseinander liegen, wie die Marktanteile den Anschein machen. Die Emotionen. Ja, die Emotionen. Da kann man bauen was man will, wenn die Emotionen im Spiel sind, kann man alle Argumente in die Tonne hauen. Auch ein Merkmal des Boulespieles. Die Emotionen zuzulassen, als beeinflussendes Merkmal, ist enorm wichtig Aspekt. Wer sauer, gereizt und provoziert wirft, wirft schlechter. Wer mit Unlust, gelangweilt und desinteressiert wirft, wird ebenfalls schlechter werfen. Das Spiel braucht die Konzentration und Emotionalität, die es braucht. Nicht mehr nicht weniger. Das gilt es in der Waage zu halten. Schwer, für viele zu schwer. Für die wirklich sehr Guten, kein Problem. Im Wurfkreis fixiert man nun ausschließlich den Punkt, auf dem die Kugel landen soll. Und von wo diese dann sich auf machen soll zum Schweinchen. Hat man diesen fixiert mit den Augen. Dann lässt man diesen fixierten Punkt am besten nicht mehr aus den Augen. Justieren nennt man das. Der Visionär kann sich den Wurf vorstellen. In Gedanken wirft er genau auf den anvisierten Punkt und sieht sich den Verlauf der Boule an. Stimmt die Vorstellung mit seinem ausgewählten Wurf überein, wirft er. Der gedachte und der wirklich gemachte Wurf sind zwei unterschiedlichen Wurfwelten. So tun viele Spieler so, als sei der gute Wurf, der ihnen gerade gelungen ist, auch so gedacht wäre. Dem ist bei weitem oft nicht so. Glück gehabt. Der wirklich gute Spieler, orientiert sich nur an der Übereinstimmung von gedachtem und gemachtem Wurf. Ist das Glück mal auf seiner Seite, sieht man ihm das sofort im Gesicht an. Vom Pech lässt er sich nicht aus der Ruhe bringen. Wenn alle Spieler vorher sagen müssten, welchen Wurf sie machen wollen, würde man den großen Unterschied zwischen gedacht und gemacht sichtbar machen können. Darum werden einige nie besser. Weil sie auf das Glück vertrauen. Das ihnen einige zur Seite steht, dem großen Rest nicht. Denn das Glück darf man nicht immer auf seiner Seite wähnen. Mit dem Glück macht man langfristig keinen Deal. Mit dem Können schon eher. Was man einmal anvisiert hat, muss man genau im Blick behalten. Man winkelt beide Füsse leicht seitlich ab. So das diese nicht mehr frontal zum Schweinchen stehen. Sondern ein wenig versetzt. Dann beugt man die Knie locker und leicht durch. So, das man ein wenig federt. Das Bein auf der Wurfseite wird nun noch weiter abgewinkelt. Also ans Standbein heran und aus der Wurflinie heraus. So das der Arm frei schwingen kann, und vor allem gerade, wie ein Pendel, ohne einen Bogen um das Bein machen zu müssen. Das wäre ungut für die Wurfausbeute. Der Arm muss frei schwingen können. Deshalb steht man - kurze Zeit - in etwa so da, als ob man ganz dringend pinkeln müsste. Genau genommen steht so nur das eine Bein da. Aber wir wollen es nicht komplizierter machen, als es ist. Denn wie gesagt, es ist ein einfaches Spiel. Die große Kugel muss in die Nähe der kleinen. Mehr ist es eigentlich nicht. Nun dreht man die fixierte Eisenkugel im Handteller, um 180 Grad mit dem Handrücken nach oben. Konzentriert sich dabei immer auf den Punkt auf dem die Kugel landen soll. Wobei die Fingerkuppen weiterhin eine Linie bilden. Sollte die Kugel jetzt schon auf den Boden fallen. Direkt vor die Füße, zum Glück davor, dann war der Griff viel zu locker. Der Arm ist nun um 45 Grad nach vorne gestreckt, nicht zu weit. Nicht nur das 90 grad einem Hitlergruss ähneln würde, sondern es wäre auch unnatürlich. Der Blick auf die Kugel ist unwesentlich. Der Blick auf den Landepunkt ist ausschlaggebend. Der Arm deutet in die entsprechend richtige Richtung. Die Hand mit der Kugel natürlich auch. Als ob man sagen würde, da sitzt ein schöner Schmetterling auf dem Boden. Wo? Na da! Also auch nur so weit ausholen wie es eines natürlichen lockeren Schwunges bedarf. Ohne Kraft und ohne Umwege. Beim eigentlichen Wurf schaut man nicht auf den Arm, die Hand, die Kugel, sondern nur auf den Punkt, auf dem die Kugel das erste Mal Bodenkontakt haben soll. Des Weitern soll die Kugel gut ausgestattet fliegen. Mit dem nötigen Rückdrall. Oder ohne. Man kann der Kugel jeden gewünschten Effet mitgeben. Damit die Kugel wenig, viel, schnell oder langsam geradeaus, oder nach links wie rechts rollt. Man kann auch so werfen, dass die Kugel auf dem Aufschlagpunkt liegen bleibt. Kommt darauf an wie weit, oder wie schnell sie rollen soll. Die Flughöhe und der Effet sind maßgeblich verantwortlich für das Rollverhalten. Die Flugkurve gibt ebenfalls Aufschluss über die Art des Wurfzieles. Das kann man in allen erdenklichen Ausrichtungen beeinflussen. Denken sie an das Bein. Der Aufschlagpunkt am Boden noch immer fest im Visier. Der Schmetterling am Boden. Nun schwingt der Arm wie ein Pendel ganz behutsam und entspannt durch nach hinten. Die Augen auf den Punkt gerichtet. Um dann wieder nach vorne zu kommen und beim idealen Auslasspunkt gleitet die Kugel nun über die Fingerkuppen, die nun ausgestreckt sind, auf dem direktesten und geradesten Weg zum Aufschlagplatz. Die Länge des Schwungs entscheidet über die Flughöhe oder -tiefe. Verlässt die Kugel zu einem späten Zeitpunkt die Hand wird die Kugel eine hohe Flugkurve annehmen. Mit einem Rückdrall versehen wird die Rollbahn sehr kurz werden. Würde die Kugel früher als auf oder unteren Hüfthöhe die Hand verlassen und ohne Rückdrall, dann würde die Kugel eine lange Rollbahn nehmen. Somit gibt es immer einen optimalen Wurf. Immer. Einen richtig guten. Den gilt es zu erkennen und immer wieder zu versuchen. Bis er immer wieder und immer häufiger gelingt. Gedacht – getan. Die Beine und der ganze Körper schwingen dabei rhythmisch leicht mit. Und unterstützen die Kugel so auf ihrem Weg zu dem Ort, an dem der Schmetterling sitzt. Bei der ganzen Prozedur gilt die Konzentration nur dem Punkt, an dem die Kugel landen soll. Alles andere geht automatisch mit der Zeit ins Blut über. Als ob man etwas aus einigen Metern Entfernung in den Papierkorb werfen wollte. Nun ist die Sekunde der Wahrheit gekommen. Der Moment des immer währenden Lernens. Was uns Menschen von den Tieren maßgeblich unterscheidet. Von dem wir aber nur ungern oder zu selten Gebrauch machen. Denn der Boulespieler kann aus jedem Wurf, den er selber macht etwas lernen. Zu hoch, zu kurz, zu lang, zu schnell, zu langsam, zu weit rechts, zu weit links. Auch aus allen anderen Würfen die er bei anderen Spielern aufmerksam verfolgt, kann er immer etwas lernen. Denn wenn jemand vor ihm wirft, kann er aus diesem Wurf wichtige Schlüsse für

seinen eigenen Wurf ziehen. Auch aus schlechten Würfen lernt man, wie es nicht geht. Schlechte Würfe bestätigen die Annahme – so nicht. Man muss vor dem eigenen Wurf sich für einen entscheiden. Das ist wie beim Elfmeter. Man sucht sich vorher die Ecke aus. Nicht während des Schusses. Das geht in die Hose beziehungsweise in der Regel am Tor vorbei. So auch beim Boule. Wer im Wurfablauf erst nachdenkt, wohin die Reise gehen soll. Der hat keine wirkliche Kontrolle. Wer im Wurf korrigieren will, dem wird das nicht gelingen, sondern der gesamte Wurf wird vollends misslingen. Fragen über Fragen, die im Wurf nicht auftauchen dürfen. War dieser Wurf richtig oder falsch gewählt? Geschweige. Hat das ganze Wurfszenario überhaupt dazu geführt, diesen Aufschlagpunkt auch erreicht zu haben? Wobei so nah wie möglich nicht immer gut sein muss. Denn wenn der Gegner einen guten Schiesser sprich „tireur „ hat, dann sollte man nur so nah an das Schweinchen legen, dass der Schiesser denkt, ach da kommen wir noch näher mit dem Legen ran. Ab jetzt beginnt die Strategie. Alles zuvor ist nur werfen. Kann man werfen, beginnt man in die zweite Ebene der Strategie einzutauchen. Denn das werfen der Boule besteht aus legen oder schießen. Davor rollen, raus rollen, Schweinchen ziehen. Blockieren. Einen Punkt hergeben, statt vier zu riskieren. Und viele Szenarien mehr. Man legt entweder heran, oder schießt eine nahe Kugel weg. Mal ganz einfach erklärt. Das alles um am Ende zum einen am nächsten am Schweinchen zu sein. Zum anderen mit so viel Boule wie möglich. Das Spiel geht bis 13 Punkte. Wann man die Punkte mach ist egal. Man muss nur um zu gewinnen 13 machen. Deshalb sollte man seinen Wurf nicht beeinflussen lassen vom Punktestand. Jede Kugel am nächsten zum Schweinchen, vor der ersten Kugel des Gegners am nächsten zum Schweinchen, zählt als Punkt. Habe ich es nicht gesagt, das ist ein ganz einfaches Spiel. Die jeweiligen Spielkugeln dürfen während des Spiels nicht gewechselt werden. Ohne das die Zustimmung des Gegners eingeholt wurde. Aber dafür muss ein triftiger Grund vorliegen. Das Schweinchen muss einen Meter von allen unbeweglichen Hindernissen entfernt liegen. Außer, der Gegner und man selbst legt fest, dass der Gegenstand akzeptiert wird und seine Berührung zum Spiel dazu gehört, also die Kugel nicht tot – das heißt „aus“ , ist. Man darf beim Abwurf nicht übertreten. Warum sonst auch der Wurfkreis. Nach einem Spiel verwischt man mit dem Fuss den alten Abwurfkreis. Damit kein Chaos entsteht. Welcher Kreis? Der oder der? Oder der? Und man darf nicht näher als zwei Meter in der Wurflinie eines Spielers stehen. Das gilt als Behinderung des Gegners. Die eigenen Mitspieler dürfen stehen, wo sie wollen. Beim Boule lernt man an der Art, wie die Spieler spielen, viel über die Menschen an sich kennen. Eigentlich alles. Die Sturheit. Die Offenheit. Die Verbissenheit. Die Geselligkeit. Die Ehrlichkeit. Die Genauigkeit. Die Teamfähigkeit. Die Lernfähigkeit. Alles. Ich behaupte ich kann nach 10 Minuten Boule spielen, mit Boulespielern, also keinen Anfängern, mehr über die Person erzählen, als jede Familienaufstellung, aber ähnliches. Aber mich fragt ja keiner. Da gibt es zum Beispiel die totalen Sturköpfe, die niemals ihren Wurf den Bodenverhältnissen anpassen würden. Die mit biegen und brechen, die Realität verbiegen wollen. Die immer den gleichen falschen Wurf machen. Und je nach Bodenbeschaffenheit spielen diese miserabel oder ganz passabel. Auch der Wurfstil sagt viel aus. Es gibt Spieler, die einen so schlechten Wurfstil haben. Das nur jede 20igste Kugel mal in die Nähe des Schweinchens kommt. Aber die haben sich daran gewöhnt und können den Stil einfach nicht mehr umstellen. Aber auch im Boule ist es wie im wirklichen Leben. Ich kann nicht, heißt ich will nicht. Dann gibt es die, die immer die letzte Kugel im Team haben müssen. Aber eigentlich damit nur Unfug anrichten. Die sich einen unkopierbaren Wurfstil angewöhnt haben. Die, die immer reden beim Spiel – dazu gehöre ich. Die mit der großen Klappe – dazu auch. Und die, die immer überrascht tun. Obwohl sie den Wurf genau so gewollt haben und schon tausendmal exakt getan haben. Die sich im tripplet immer so postieren, dass ihre Kugeln erst zum Schluss ins Spiel eingreifen. Dann gibt es die Spieler, die ganz überraschende Dinge tun. Im Team. Man denkt, der legt. Weil nur legen schlimmeres verhindert und schwupp wird doch – vorbei – geschossen. Dieser Typ räuspert sich dann so, als ob er eine geniale Idee hatte, die aber keiner versteht. Dann gibt es Spieler, die sind so zurückhaltend das man die eigentlichen Qualitäten nicht erkennt. Vor allem Frauen. Sie sind oft die besseren Boulespieler, aber drängen sich nicht so auf. Dann gibt es die nur Boul mit dem Mund spielen. Die wollen zwar immer. Reden so, als ob sie spielen könnten. Aber es kommt immer was dazwischen. Dann gibt es die wirklich gestörten. Die unglaublich unübersehbar schlecht spielen, aber immer alles andere dafür verantwortlich machen, sogar die Mitspieler, den Boden, die Kugeln, den Stein. Dann gibt es die Leger. Die mit ruhiger Hand 95 % der Kugeln dahin rollen, wohin sie diese haben wollen. Und natürlich gibt es auch die Schießer. Die ebenfalls über 90% aller Kugeln weg katapultieren. Dann gibt es die nervigen Spieler. Die ewig den Boden betrachten, immer die letzten Löcher mit dem Fuß wieder glätten. Es gibt die lustigen. Die listigen. Und sogar die bösartigen. Es gibt im Boul alles, was es im wirklichen Leben auch gibt. Aber vor allem gibt es die guten und die schlechten. Die schlechten tun aber auch nichts, um wirklich besser zu werden. Betrunkene. Fleißige. Faule. Dicke. Talentierte. Pessimisten. Glückliche. Optimisten. Ängstliche. Übermutige. Könnte es sein, dass man in Frankreich zu einem Einstellungsgespräch seine Kugeln mitbringen muss? Oder wenn man beim Schwiegervater vorstellig wird. Aus dem Boulespiel eines Boulespielers kann man alles lesen. Wie andere aus dem Kaffee, oder aus den Karten, der Hand oder allem anderen. Keiner kann seinen Charakter verbergen. Das Spiel deckt alles auf. Die guten Seiten und die nicht so guten. So sehr man sich auch anziehen und verstellen mag. Das Spiel legt den Charakter frei. Es gibt glatte Kugeln. Die haben kein Muster. Auf denen kann man nur den Hersteller, den Härtegrad, das Gewicht nach lesen. Alles Angaben, die eingraviert sind. Gute Boulekugelsätze haben Nummern. Somit hat ein Satz 3 Kugeln, seine eigene 3 Nummern. Unverwechselbar und einzigartig eingraviert ins Eisen. Und es gibt Kugeln mit verschiedenen Mustern. Ein Satz Boulekugeln, also 3 Kugeln, kostet um die 120 Euro. Es gibt aber auch Kisten bei Ikea, die kosten viel weniger. Sind aber 3 x 2 Kugeln. Also hat eine Kugel immer ein anderes Muster. Und es sind billige Kugeln, die unglaublich glänzen und schlechte Laufeigenschaften haben. Also schlechte Kugeln, die auch noch jeder sofort erkennt. Der routinierte Boulespieler hat Kugeln die so aussehen, als ob

damit schon aus Kanonen auf Piratenschiffe geschossen wurde. Der Schiesser hat in der Regel glatte Kugeln ohne Muster. Die aber voller Macken von unzähligen Treffern sind. Der Leger hat welche mit Muster. Muss aber nicht sein. Ist aber öfter so. Wenn man nicht weiß, wer näher ist, darf man ein Zentimetermaß zu Hilfe nehmen. Dabei ist darauf zu achten, dass keine der Kugeln bewegt wird. Es wirft immer die Mannschaft die weiter weg ist vom Schweinchen, so lange bis sie näher dran ist. Oder leer ist. Also keine Boule mehr hat. Dann wirft die andere Mannschaft. Entweder zuvor, weil eine andere näher ist, oder der Gegner leer ist. Es ist ratsam, das Spiel genau zu lesen. Damit nichts Unerwartetes geschehen kann. So sollte man immer eine Kugel lang haben. Das heißt ein stück hinter dem Schweinchen. Eine Kugel in der Wurflinie vor dem Schweinchen ist auch ratsam. Das ist oft eine unterschätzte Kugel. Die ganz unerwartet plötzlich Karriere macht. Weil jemand diese unachtsam oder gewollt noch näher ans Schweinchen bringt. Für den Fall, das Schweinchen wird getroffen und fliegt nach hinten, hat man ja eine Kugel lang gespielt. Man sollte immer möglichst nah und vor dem Schweinchen bleiben. Alles hinter dem Schweinchen ist nicht so gut. Man sollte beim Gegner gute Leger zum Schiessen bringen und gute Schiesser zum legen. Man sollte immer ein trockenes Tuch dabei haben, um die Kugeln nach jedem Spiel säubern zu können. Die Hände bleiben so auch sauber und trocken. Das Kugelgefühl sollte nicht beeinträchtigt werden. Nicht durch Wasser, Staub oder anderen Dreck vom Boden. Trifft jemand das Schweinchen so sehr, dass dieses aus dem Spielfeld gerät und aus ist, dann zählt das Spiel null für den Fall, dass beide Parteien noch Boules haben. Sollte eine Partei leer sein, zählen die Punkte so viele Kugeln noch bei der anderen Mannschaft mit Kugeln sind. Man sollte sich den Untergrund immer so genau ansehen, bis man das Gefühl hat, einen guten Wurf machen zu können. Das darf aber nicht mehr als zwei Minuten ab dem Abwurf der Kugel zuvor bedeuten. Außer bei der ersten Kugel, darf man etwas länger den Untergrund betrachten. Einige schauen sehr viel und sehr lange. Das machen sie aus zwei Gründen, um den Untergrund wirklich zu studieren und den Gegner aus der Ruhe zu bringen. Einige sehen auch immer ihre Kugel näher am Schweinchen. Obwohl es offensichtlich nicht so ist. Deshalb muss man bei diesen Gegnern, sich immer selbst vergewissern. Denn was der Gegner sagt, ist nicht von Belang und kann nach Abwurf nicht widerrufen werden. Man kann das Schweinchen ohne Angabe von Gründen maximal 3 mal neu auswerfen. Wenn dann die Kugel nicht zwischen 6 und 10 Metern liegt, wirft der Gegner. Wie schon gesagt, ein einfaches Spiel. Man sollte lernen, das Spiel zu variieren. Also nah und fern zu spielen. Denn viele spielen lieber nah oder lieber fern. So ist es ratsam raus zu bekommen, wo die Schwächen des Gegners liegen. Man sollte auch darauf achten ob der Gegner linke oder rechte Hand wirft. Für den Fall, dass man den Rollweg zustellen will. Ständiges Nachmessen macht den Gegner in der Regel auch verrückt. Gute Spieler unterlassen das aber und lassen besser die Kugel für sich sprechen. Auch lange Besprechungen gehen tierisch auf die Nerven. Was den Gegner auch völlig aus der Kontrolle bringt, ist ein „übertreten“ mal ein zu werfen. Denn das kann er letztendlich nicht wirklich kontrollieren. Auch wenn der Gegner weiß, dass man bereit ist zu bescheißen, kann ihm das den letzten Nerv, bzw. die Konzentration rauben. Auch sehr aus dem Konzept bringt die leise Behauptung „das war die letzte Kugel“. Mit der Gewissheit selbst noch eine zu haben. Hebt der Gegner nun eine seiner Kugeln auf, wird das Spiel andersherum gewertet, oder wiederholt. Denn man darf keine Boule bewegen, bis die letzte ruht. Die guten Spieler unterscheidet von den nicht so guten, dass diese keinerlei Spielchen treiben, sondern einfach immer besser sind. Die nicht so guten Spieler versuchen so mit zu halten. Verlieren aber in der Regel trotzdem. Deshalb könnte man sich den ganzen Beschiss eigentlich sparen. Aber der Schlechtere träumt immer davon, den Besseren zu besiegen. Einigen ist dafür eben jedes Mittel recht. Der gute Spieler läßt das hin und wieder zu, bei Spielen in denen es um nichts geht. Um wenn es um etwas geht, den Spieß locker wieder herum zu drehen. Das Spiel wird, wenn man technisch sauber spielt zu 80% im Kopf gewonnen und gespielt. Und zu 80% im Kopf verloren. Das wissen die Guten. Die nicht so Guten glauben es liegt an den Kugeln, dem Licht, dem Boden oder dem Biorhythmus. Es liegt an allem anderen nur nicht an ihnen selbst. Deshalb machen sie im Kopf auch alles andere dafür verantwortlich. Das ist nicht gut. Weil damit das „dazu lernen“ blockiert wird. Der gute Spieler weiß, dass dies alles Blödsinn ist. Wenn der Kopf frei ist und der Arm nicht gebrochen, dann kann man einen guten Spieler mit sportlichen Mitteln nicht schlagen. Es ist trotzdem ratsam, viel zu spielen und mit oder gegen viele bessere Spieler zu spielen. Denn die Guten sind gut, weil sie besser sind als die Anderen. Also lernt man am besten und schnellsten von den Guten. Denn der gute Spieler erklärt gerne das Spiel und seine Spielweise. Man kann beim Spielen seine Bewegungsabläufe betrachten, studieren, verinnerlichen bis hin zu kopieren. Auch er sehnt sich nach stärkeren Gegnern, gegen die er auch verlieren kann oder sicherlich wird. Denn der gute Spieler erkennt den Abstand. Ob dieser klein ist, groß ist, kleiner geworden oder größer geworden. Die meisten Spiele im Boule werden deshalb im Kopf gewonnen oder verloren. Weil man es zum einen noch nicht so gut kann, traut man sich zum anderen auch weniger zu. Das drückt sich im Spielverlauf immer aus. Deshalb ist es ratsam, im Spiel den Gegner nicht als Herausforderung zu sehen, sondern die Entwicklung des eigenen Spiels. Man spielt immer für oder gegen die eigene Statistik. Zudem spielen die Menschen lieber mit oder gegen einen, wenn sie Spaß an einem haben. Wer bescheißt, ist immer der letzte der aufgefordert wird. Wenn wirklich sonst kein Schwein zu finden ist. In Frankreich sind alle immer sehr nett und sympathisch, dass bringt einen ständig in die Situation, das Spiel und den Gegner nicht so ernst zu nehmen. Weil er so nett ist. Das führt so weit, dass man gegen so freundliche Menschen fast nicht wirklich gewinnen will. Das machen die Franzosen absichtlich. Freundlichkeit ist im Spiel gut eingesetzt eine sehr wirkungsvolle Waffe. Man kann den nötigen inneren Druck nicht aufbauen, die Spannung nicht halten, wenn der Gegner einem wie ein Mitspieler vorkommt. Freundlichkeit ist eine sehr gute Taktik. Kostet nichts, außer ein Lächeln. Deutschen fällt das schon schwerer. Schon deshalb sind Sie emotional Franzosen gegenüber unterlegen. Denn sie wissen, dass es besser ist den Gegner nicht zu provozieren. Das erhöht nur die Konzentration und die nötige Aggression. Franzosen lassen bildlich gesprochen einfach die Luft beim Gegner raus.

Entschuldigen sich. Sind höflich. Fragen nach. Sind großzügig. Denn im Prinzip ist das Spiel für alle das gleiche und deshalb ja prinzipiell ganz leicht. Man wirft die große Kugel nah an die Kleine. Das versteht doch jedes Kind. Wer am Ende näher dran ist hat den Punkt. Wer zu erst 13 Punkte hat, hat den Satz gewonnen. Aber genau in der Einfachheit liegt die Schwere der Erkenntnis an dem Spiel. Wenn Deutsche noch über den Boden schimpfen, oder die eigenen Kugeln in die Verantwortung nehmen, analysiert der Franzose schon, was gut am Wurf war, woran der Ausgang lag und was er besser machen kann. Deshalb ist es auch sehr schlau, sich immer die Würfe des Gegners an zu sehen. Denn aus denen kann man schon sehr viele gute Schlüsse ziehen. In der Musik ist es ähnlich. Da sind es auch die einfachen Kompositionen, die so schwer zu komponieren sind. Weil man fähig sein muss, alles wegzulassen, was nicht der Melodie dient. Vielen ist es fast peinlich, so einfache Noten auf das Notenblatt zu bringen. Weil sie sich einfach nicht vom Komplizierten trennen können. Mein Lieblingssong und ich erwähne den nicht ohne Grund, heißt „Autumn Leaves“. Was so viel bedeutet, dass einem die Frau im Herbst abgehauen ist und das Wetter zur seelischen Stimmung passt. Autumn Leaves ist eine Jazz-Komposition, glaubt man. Es gibt eine lange Reihe unglaublicher Interpretationen von diesem Jazz Standard. Unter anderem von Bill Evans, Cannonball Adderley, Dejohnette, Earl Klugh, Joe Pass, Keith Jarrett, Miles Davis, Nat King Cole, Wynton Marsalis und viele phantastische mehr. Deshalb bitte ich schon mal an dieser Stelle um Entschuldigung für alle die ich vergessen habe. Aber auch bei diesem Jazz Klassiker gibt es eine Interpretation die über allen steht, die von Old Blue Eyes Frank Sinatra. Aber wenn man genau recherchiert, entdeckt man eine Urfassung in Form einer Aufnahme von Yves Montand. Dem wohl größten männlichen Chancon Sänger Frankreichs. Ohne Anderen zu nahe zu treten. Aber der trällert da ein Lied, mit dem Namen „Les feullies mortes“. Das es einem eiskalt den Rücken herunter läuft. Und wer noch genau nachschaut entdeckt auch die Edith Piaf mit dem gleichen Chancon. Ein Jazz Standard, dessen Ursprung in Frankreich liegt. Komponiert hat mein Lieblingslied, wie soll es auch anders sein ein Franzose. Kosma heißt dieser. Dann gibt es plötzlich in den 50er ein Jazz Arrangement von diesem Chancon, der zum Jazz Standard und somit zu einem der Jazz Klassiker wurde. Somit ist für mich Autumn Leaves die musikalische Verbindung zwischen dem Spiel und somit Frankreich und dem Jazz und somit Amerika. Das Beste aus beiden Ländern ist, ohne das ich die Herkunft kannte, zu meinem Lieblingslied geworden. Kein Wunder, wenn man die Geschichte hinter dem Song kennt. Aber wer kennt die schon? Ich habe über ein Jahr im Alter von 23 Jahren in Südfrankreich jeden Abend ab 17.00 Uhr auf einem Dorfplatz im Boule verloren. In allen Konstellationen. Meistens in der ersten Runde, des all abendlichen Dorf Turniers. Bei dem jeder 20 France einzahlt. Das war damals durch 3 etwa 7 Mark und entspricht heute 3 EURO. Was bekommt man an alkoholischen Getränken heute noch für 3 EURO. In der Gastronomie. Da ist ein angenehmer Rausch in weiter Ferne. Da bekommt man ja nicht mal einen Schwipps. Die Cotes Azur war schon damals ein teures Pflaster. Daher meine Taktik, für 3 EURO verlieren, für viel mehr Trinken. Denn das Sieger Team hat am Ende alles bekommen. K.O-System. Und ungehend mit den übrig gebliebenen die Siegerprämie in der Bar de la Post versoffen. So ein Sieg musste doch sofort gefeiert werden. Ich war immer noch dabei. So günstig kommt man nicht an 5 bis 10 Pastis. Ich habe mit einem Luxemburger oft zusammen gespielt. Wir waren sicher das schlechteste Team Frankreichs. Aber immer das lustigste und das angeheiterteste. Wir durften aber immer mitspielen, weil wir fleißig 20 France einbezahlt haben. Leicht verdientes Geld, dachte sich da der Franzose. Aber der hat nicht mit unserer durchdachten Taktik gerechnet. Die Geschichte hat kein Happy End und keinen Höhepunkt. Außer, dass die Franzosen nicht hinter unsere Alkohol-Boule-strategie gekommen sind. Der Sieg über Deutschland und Luxemburg war dann doch zu wertvoll. Das war denen 20 Franc oder eine Reihe Pastis wert. Und wir kamen zudem jeden Abend sehr günstig an eine Reihe von alkoholischen Kaltgetränken. Diese Niederlagenstrategie ging sehr gut auf. Wir haben natürlich immer verloren. Meist in der ersten Runde, manchmal in der zweiten, selten in der dritten. Weil wir selten so weit gekommen sind. Aber wir waren jeden Abend da. Mit einem Lächeln bereit uns wieder 20 Franc abnehmen zu lassen und wieder raus zu fliegen. Wir kamen wieder und wieder und wieder. Auch weil wir hier die Kontakte knüpfen konnten und wollten, die uns alle wichtigen Türen in dem Dorf geöffnet haben. Mit meiner Abreise habe ich die Kugeln in Deutschland lange nicht mehr angefasst. Warum auch. Bis zu einem Zeitpunkt in Düsseldorf. Jahre später. Als auf einem kleinen Platz „Marienplatz“ sich regelmäßig Frankophile trafen und häufig Boule spielten. Mit Baskenmütze, Edit Piaff aus dem Ghetto-Blaster und süffigem Rotwein. Ein guter Freund überredete mich mal mit zu spielen. Das ist derselbe Freund, mit dem ich zuvor einen Urlaub in St. Maxime verbrachte. St.Maxime liegt in der Bucht von St. Tropez und es ist derselbe Ort, an dem ich Jahre zuvor als Surflehrer beschäftigt gewesen war. Es war nach dem Abitur. Meine Freunde mussten oder wollten alle zur Bundeswehr. Leider bin ich ausgemustert worden. Wegen eines schweren Knieleidens. Da ich mein Studium der Betriebswirtschaft aber nicht alleine beginnen wollte, habe ich mich dazu durchgerungen, eine Zeit als Surflehrer in Südfrankreich zu arbeiten. Daraus wurde etwas mehr als ein Jahr. Eben die Länge der Bundeswehrzeit. Der Ort meiner Wahl, wie schon erwähnt und wie soll es auch anders sein - Frankreich. Mein damaliger Sportlehrer hatte mich vermittelt. Es war ein Jugendclub für deutsch –französische Begegnung. Wieder so ein Versuch mit der Kollektivschuld oder Unschuld in Form der Konfrontation umzugehen. Club 7. Also die eine Hälfte waren deutsche Kinder und die andere Franzosen im Alter von 14 bis 20 Jahren. Aber auch deutsche Schulen kamen häufig zu Abschlussfahrten. Der Club gehörte exakt zu der Hotelgruppe, bei der ich Jahre zuvor selbst meine Abschlussreise gemacht hatte, nach St. Raphael. So trifft man sich wieder. Nun war ich 22 Jahre jung. Und hatte 3 bis 4 mal am Tag eine Gruppe Surfanfänger vor mir. Am Strand. Es war eine gute Zeit. Jede Zeit ist gut. Aber das war rückblickend eine besonders gute Zeit. Denn sie war voller Boule voller Liebe. Und voller Erkenntnisse, die ich bis heute in meinem Rucksack fürs weitere Leben aufbewahre. Jedenfalls genau an diesen Ort der schönen Erinnerungen und Erlebnisse kehre ich, Jahre später mit einem guten Freund zurück. In der

Zwischenzeit bin ich in der Werbung gelandet, als Texter. Er ist Kundenberater in der gleichen Agentur. Wir hatten uns ein schönes Appartement am Meer gemietet. Ich muss die Geschichte erzählen, weil ich hier Jahre zuvor über ein Jahr so gut wie täglich Boule gespielt habe. Und weil genau an diesem Ort jetzt ein paar Dinge plötzlich übereinkommen. Das Erste war das Boule spielen. Ich packte wieder meine Kugeln aus. Und Thomas kaufte sich auch welche. Thomas und ich gingen jeden Nachmittag zum Boule spielen auf dem Dorfplatz. Wir nahmen aber an keinen Turnieren teil, sondern ich brachte ihm das Spiel bei. Falsch, ich vermittelte ihm Kultur des Spieles. Dabei lernte er zudem das Spiel. Denn den Pastis konnten wir uns auch so leisten. Zudem wusste ich ja, dass kein Franzose wirklich darauf erpicht war mit oder gegen uns Deutsche Boule zu spielen. Zum Ausgleich hatte er mich in der Mittagsonne am Tischkicker ständig geschlagen und zugleich geschult. Somit hatte mich das Spiel und seine Kultur kurze Zeit wieder. Thomas selbst war gerade in einer Sinnkrise in Sachen Beziehungen zu Frauen. Somit lag es an mir, ihm die Krise aus dem Kopf zu schlagen. Wir waren jung, das Leben lag noch vor uns. Somit lag kein triftiger Grund für eine ernst zunehmende Krise vor. So saßen wir in einer Bar, direkt im Ortskern, am Hafen, die jeden Abend proppenvoll war. Weil mir sein Gejammer über die Frauengeschichten so auf die Nerven ging, stellte ich die kühne Behauptung in den Raum, dass man im Prinzip jede Frau haben kann. Das hat Frankreich mir beigebracht. Du musst es nur wirklich wollen und alles dafür tun. Die stille Hoffnung auf Erwiderung der Gefühle reicht da oft nicht aus. Das Glück muss man schon selbst anschieben. Als Beweis für diese auch in seinen Augen kühne These, setzte ich noch einen oben drauf. Er solle sich jetzt sofort zwei beliebige Frauen im Café aussuchen. Damit ich ihm beweisen kann, dass wir innerhalb von 12 Stunden mit diesen alles das gemacht hätten, was andere gerne mit den Mädchen tun würden. Das gefiel ihm. Das brachte ihn auf andere Gedanken. Das lenkte ihn von seinem Seelenschmerz ab. Was ihm noch nicht schwante war, dass wenn diese Theorie sich in die Wirklichkeit umsetzen lassen würde, seine Einstellung völlig untergraben würde. Somit war er eher auf eine weitere Lehre in Form einer Abfuhr eingestellt. Nur mit dem schönen Beigeschmack, dass ich sie mir abholen würde. Er suchte sich die zwei hübschesten Mädchen aus. Die ganz vorne in der ersten Reihe saßen. Direkt da, wo sich die Massen jeden abend aufgebrezelt lang zwängten. Zudem wurden die beiden Hübschen, von einem Rudel Jungs belagert. Die alle mit der guten Absicht angetreten waren, zum Zuge zu kommen. Es waren zufälligerweise zwei Deutsche. Frankreich liebt mich dachte ich mir. Da kann nichts mehr schief gehen. Um die Geschichte abzukürzen, es dauerte nicht mal 5 Stunden, da lagen wir mit den Mädels in den Betten. Thomas war so gut wie geheilt. Also auf dem besten Wege. Das Problem war nur, dass er den Feldversuch über den ganzen Urlaub ausweiten wollte. Ich aber nicht. Sondern tags darauf wieder zu unserer erholsamen Tagesordnung übergehen wollte. Frühstück. Strand. Kickern. Boule. Essen. Schlafen. Mehr nicht. Was heißt mehr. Ich empfand diese Art der aktiven Erholung als sehr viel. Es sollte ja auch ein Erholungsurlaub sein. Da Mädchen aber beschäftigt werden wollen, ging mir der Alternativplan der aktiven Urlaubsbekanntschaft völlig gegen den Strich. Es dauerte drei ganze Tage bis ich ihn davon überzeugt hatte, den Feldversuch bitte einzustellen und nicht auszuweiten. Es viel ihm nicht leicht. Aber er tat es dann doch. Mir zu liebe. Wir spielten wieder Boule. So entspannt man diesem Spiel nur nachgehen kann. Genau mit diesem Thomas passierte es dann auch in Düsseldorf, das wir an dem besagten Bouleplatz zu unseren Kugeln griffen. Was sehr schnell zu einem Turnier führte. Mit Pokalen und Preisen. Bei dem wir auf Anhieb zweiter wurden. Wenn man bedenkt, dass Thomas eigentlich Anfänger war, war das für die Boulegemeinde ein Schock. Für mich auch. Denn ich war zu dem Zeitpunkt ja eigentlich nur das Verlieren gewöhnt und einen Pokal kann man nicht trinken. Typisch deutsch dachte ich mir. Pokale. Am besten noch Orden oder ein Zertifikat. Warum keinen Rotwein als Preis? Etwas, womit man was anfangen kann. Die mir bekannte Gelassenheit des Spiels war auf einen Schlag vorbei. Von der von mir geliebten Kultur blieb auch nichts mehr übrig. Nichts mehr von Entspannung. Plötzlich sollte und musste ich bzw. wir an allen möglichen Orten gegen alle möglichen Menschen antreten. Bei schlechtem Wetter. Auf langweiligen Plätzen. Mit schlechtgelaunten Menschen. Was mir natürlich gar nicht behagte. Zeitgleich war ich in den Genuß gekommen als Werber für einen französischen Automobilkonzern mein bestes geben zu dürfen. Nennen wir ihn Peunout. Eigentlich am Ziel meiner Träume wachte ich aber in einem Albtraum auf. Bis dato konnte ich mir von dem Begriff Ressentiments keine Vorstellung machen. Nach meiner Peunout Zeit dafür umso besser. Französische Autos in Deutschland verkaufen, war eigentlich unser Job, den wir aber so nicht ausüben durften. Weil Deutschland, obwohl der größte europäische Binnenmarkt Europas, Franzosen auf eine ganz eigene Art und Weise handhaben. Was ich damit sagen will kann man an einem einfachen Bild besser erklären. Wir waren mal wieder von Peunout zu einem internationalen Meeting der Agenturen eingeladen. Hier haben und werden Deutsche nie einen Preis gewinnen. Weil Deutsche an dieser Stelle nicht gewinnen sollen. Aber es kommt noch härter. Das treffen war in Versailles, bei Paris. Und die deutsche Delegation sollte und musste an einem Tisch Platz nehmen. Der direkt unter einer Gedenktafel platziert war. Und zwar der für die Kapitulation nach dem ersten Weltkrieg. Zufall? Bei Nichten! Franzosen liebten es, am längeren ....??deutscher verhungerten. Wir haben uns an die offizielle Demütigungsprozedur nur langsam gewöhnt. Aber es ging immer besser, weil man zum einen sehr gut dafür bezahlt wird. Und weil man zum anderen, irgendwie Mitleid mit ihnen bekommt. Denn Franzosen lassen nichts aus, um Deutschen in die prade ??u fahren. Wir konnten international präsentieren was wir wollen. Es haben immer die Frankreich nahen Länder den Zuschlag bekommen. Als mich dann mal ein Herr Peunout persönlich fragte, warum die Marktanteile für Peunout in Deutschland so klein sind und offensichtlich bleiben, habe ich einfach und ehrlich geantwortet: weil ihr die Liebe nicht erwidert. Niemand will ein Auto kaufen, von jemandem, der einem unübersehbar zu verstehen gibt, dass er ihn nicht mag, sondern nur sein Geld will. Wir haben dann nie mehr ein Wort gewechselt. Franzosen im Geschäftsleben sind ein Buch für sich wert. Haben sie mal Franzosen auf englisch präsentieren hören. Das müssen sie aufnehmen und nachher rückwärts ablaufen lassen, was sie dann hören klingt mehr nach englisch.

Schön ist auch, dass es regelmäßig internationale Meetings gab, bei denen die Vorgabe für alle englisch sprechen hieß. Für alle? Nicht ganz! Natürlich nicht für die Franzosen, die sprachen französisch. Denen war das völlig egal. Le roy est moi. Hunderte Meetings mit Kopfschütteln habe ich überlebt. Immer „Neins“ abgeholt. Wie andere Mannschaften Gegentore bei Bayern München. Non! Non! Das geht so nicht! Wir waren dazu verdammt eine Art Nichtkommunikation umzusetzen. Von den sicherlich 50 Peunout Promotion bei über 1000 Händlern, gibt es nichts, was sich hätte irgendeiner merken können. Da würde ich drauf wetten. Wir haben unsichtbare und wirkungslose Werbung machen müssen. Die Marketingleiter wurden gewechselt wie Stürmer, die nicht treffen in der Bundesliga. Dabei waren wir verdammt dazu. Und wurden dafür gut bezahlt. Und geprügelt, warum diese Aktionen wieder und wieder nicht funktionierten. Ich beendete meine kurze Düsseldorf Boule Karriere umgehend. Das Spiel war mir als Kulturgut zu wertvoll, zu sehr ans Herz gewachsen um es mir auf die deutsche Weise vermiesen zu lassen. Die Deutschen, besser gesagt wir Deutschen, deutschen alles ein. Wir übernehmen die Regeln, aber nicht die Kultur. Wir spielen ausschließlich um zu gewinnen, oder wenigstens nicht zu verlieren. Das deutsche Dominieren steht über allem. Es ist uns auch egal ob wir dafür rutschen, grätschen, Fouls spielen. Unverdient Elfmeter bekommen. Oder Gegenspieler unsportlich aus dem Spiel nehmen. Der Sieg. Der Sieg geht uns über alles. Nichts ist uns peinlich wenn wir am Ende bloß siegen. Kampfkraft. Siegeswille. Bis zum Schluss, das sind unserer Tugenden. Mit denen wir sogar Boule spielen. Die deutsche Art ist selten die leichte, Überzeugende, die spielerische, sympathische, die beliebte, die künstlerische, die begeisternde. Wenn wir mal wieder etwas gewinnen, schüttelt der Rest der Welt den Kopf. Wenige freuen sich mit uns. Denn wir erzwingen Siege, wir spielen nicht Fußball, sondern wir kämpfen Fußball. Das ist ein anderes Spiel. Eine andere Kultur. Man sollte das trennen. Man sollte nicht nur in Amateure und Profis, in sauber und gedopt, sondern auch in spielerisch und kämpferisch unterteilen. Wie beim Eiskunstlaufen A- und B-Note. Das würde bedeuten, wir wären zum Beispiel 74 nicht Weltmeister geworden. Und es wäre gerecht gewesen. Zwar ein Tor mehr, aber die anderen waren um so vieles besser und wir haben um so vieles Spielerisches vermissen lassen, das die B-Note Holland mit 2 zu 4 zum Weltmeister gemacht hätte. Wir Deutschen glauben, nein, wir sind überzeugt, dass nur der Sieg zählt. Das wie, diese Frage taucht in unserem Wesen nicht auf. Das verdirbt vielen das Spiel. Und beim Boule ist das identisch. Beim Spielen, mal einen Scherz machen. Mal etwas Witziges. Etwas probieren. Etwas anders machen. Da trifft einen sofort der Ernst der Sache. Man spielt doch nicht zum Spaß, sondern zum Gewinnen. Natürlich gewinne ich lieber als ich verliere. Aber ich will schön gewinnen. Spielerisch. Und dazu benötige ich keine anderen Mittel. Die aber in der deutschen Ausübung des Spieles einfach dazu gehören. Das nervt mich dann dermaßen, dass ich die Konzentration und dann die Lust verliere. Und so kann man kein Spiel spielen. Das man nachher völlig verärgert nach Hause kommt. Wieder Jahre später ereilte mich ein ähnliches Boule-Begegnungs-Ereignis. Nun in den Jahren etwas gereift, aber immer noch mit Pepe im Herzen. Am Ammersee bei München. Ein Spiel bei dem ich in Summe emotional und rechnerisch nur auf das Verlieren programmiert war, schenkte mir einen süßen Sieg nach dem anderen. Eigentlich wollte ich nicht spielen. Aber die Boulebahn, nur Meter von meinem zu Hause entfernt. Hat mich 3 Jahre angelacht. Als, die Bahn dann vergrößert wurde, war mein Bann gebrochen. Die Versuchung war doch größer. Die Hoffung ebenso. Gegen den halben See, das Halbe Umfeld habe ich gespielt. Und nur selten verloren. Die Qualität meines Spiels war mir nicht bewusst. Am Maßstab Frankreichs sicherlich auch noch als miserabel einzustufen. Weil ich weiß, wenn ich morgen nach Südfrankreich fahre, werde ich wieder der Serienverlierer sein. Aber wir hatten immer Spaß. Hier bin ich zwar der Seriensieger, aber man hat nicht immer Spaß. Weil der Ehrgeiz anderer, vor allem Schlechterer einem gehörig auf die Nerven gehen kann. Die meisten spielen es dann doch deutsch. Die Kultur des Spieles, ist am Stacheldrahtzaun der Grenze hängen geblieben. Hier wird mit allen Mitteln versucht, das Spiel für sich zu entscheiden. Anstatt über den Spaß und die Lust am Spiel langsam besser und besser zu werden. Nicht den, das Bescheißen zu verbessern, sondern das eigene Spiel. Aber ich bin mit diesem Spiel nun mal in Deutschland angekommen. Es verfolgt mich. Es kommt immer wieder zu mir zurück. Also dachte ich mir, dann lasse ich es auch zu. Hier gehen Regeln zwar vor dem Spielspaß. Aber ich spiele es französisch. Was sicherlich häufig zur Verwirrung führt. 80 % der Regeln, die ich bis hier schon erläutert habe, kannte ich bis dahin noch gar nicht. Ich verliere noch immer gerne gegen gute Spieler. Weil es immer noch ein Genuß ist, guten beim Spiel zusehen zu dürfen. Mit Guten überhaupt spielen zu dürfen. Das ist der Respekt, denn einem das Spiel lehrt. Denn Boule lehrt einem etwas fürs Leben. Man spielt immer gegen die eigene Statistik. Man versucht immer möglichst viele gute Kugeln zu werfen. Am Ende eines Tages, spürt man, ob man seine Wurfstatistik bestätigt hat, drüber oder drunter war. Man verliert im Boule nicht gegen Gegner. Man gewinnt auch nicht gegen Gegner. Sondern man verliert und gewinnt gegen den eigenen Anspruch am Spiel. Also, wenn ich mein bestes Boule spiele und das Spiel gewinne, bin ich trotzdem hoch zufrieden. Wenn ich mein schlechtestes Boule spiele und trotzdem gewinne, bin ich sehr unzufrieden. Die Selbsteinschätzung ist wichtiger. Als das nackte Ergebnis. Egal was man im Leben macht, man muss das was man tut immer mit dem eigenen Anspruch an die Dinge und die Werte beurteilen. Viel heißt nicht immer gut. Und wenig nicht immer schlecht. Diese Botschaft trage ich mit mir. Diese Botschaft steckt im Spiel. Mut, Risiko, Chancen, Glück, Zufall, Konzentration, abgelenkt, Begabung, Talent, Fleiß, Angst alles was das Leben beeinflusst, beeinflusst auch das Spiel. Deshalb ist jede Boule Partie eine Art Meditation. Sie gibt mir Aufschluss darüber wie ich bin. In welchem Gleichgewicht oder Übergewicht. Wie sehr der Tag noch an mir hängt, oder ob ich los lassen kann. Ein schlechter Wurf. Ist der dafür verantwortlich das noch ein schlechter folgt. Oder kann ich das trennen. Das Spiel ist voller Lebensweisheit. Nicht so in Deutschland. Da besteht das Spiel nur aus Siegern und Verlierern. Die Spieler werden sogar abgeschottet oder schotten sich selber ab. Viele wollen gerade nicht gegen die Guten spielen. Weil sie nicht verlieren wollen. Die Guten wollen nicht so gerne gegen Schlechtere spielen. Und heben

sich die Ebenbürtigen für Turniere auf. Ich spiele gegen jeden und mit jedem, der Spaß am Spiel hat oder haben will. Das sind oft dieselben Personen. Weil nur wenige mit der Weisheit des Spieles beseelt sind. Meistens haben diese Menschen nicht durch das Spiel diese Einstellung erlangt, sondern durch andere Lebensumstände. Auch gut. Die deutsche Art des Spieles bleibt mir suspekt. Denn es ist ein Spiel. In meiner kostbaren Lebenszeit. In meiner noch kostbareren Freizeit. Warum sollte ich mir da selbst Stress antun? In Frankreich würde keiner so ein Theater um das Spiel machen. Weil die alle zu gut sind. Das Spiel lieben. Und weil die alle die Kultur des Spieles gleich mitpflegen. Sie sind damit geboren und aufgewachsen. Die Zusammengehörigkeit, die Gemeinschaft. Man spielt einfach und genießt ausschließlich das Spiel. Man freut sich aufrichtig über gelungene Würfe auch des Gegners. Komplizierte Kugelstellungen erfreuen einen, weil man die Chance hat eine seltene Lösung zu spielen. Das einfache Spiel, aber auf unglaublichem hohem – emotionalen - Niveau. Denn was keiner weiß, wer dieses Spiel beherrscht, der beherrscht sich selbst. Denn die Konzentration und die Leichtigkeit machen wie gesagt 80 % aus. Nur 20 % machen die technischen Fähigkeiten aus. Die erste Idee ist immer die richtige. Die richtige Entscheidung treffen ist so wichtig. Die umgehende Umsetzung ebenso. Die Korrektur der Entscheidung. Aber, die Bestätigung. Schnell, das Richtig tun. Das ist Boule. Denn es ist ein einfaches Spiel. Große Kugel neben kleiner Kugel, nicht mehr, nicht weniger. Aber alles was einfach klingt ist, wenn man es richtig gut machen will, in der Regel sehr schwer. Das vergessen die meisten, wenn sie ein paar Eisenkugeln im Dreck liegen sehen. So ist es auch beim Boule. Aber gut wird man nur über den Spaß. Das Lustprinzip. Weil das einem beibringt, den Kopf frei zu bekommen und locker zu bleiben. So hat das Boule in Deutschland mir doch was beigebracht. Was ich zwar nicht beim Boule einsetzen kann, aber bei allem anderen. Kopf frei. Rücken frei. Und locker bleiben.Geschrieben 2004. Autor Christof Hintze. Entstanden aus einer Laune. Nie wirklich zu Ende gedacht. Nie wirklich Korrektur gelesen. Aber es ist wie es ist. Mein unvollkommenes Buch. Voila.

Geschrieben von Christof Hintze in Das Spiel um 13:00

Samstag, 10. Mai 2008

Ein Blogtier?!

Wenn es Haustiere gibt, müsste es eigentlich auch Blogtiere geben. Warum denn nicht? Ein Haustier sagt viel über den Hausherren aus. Sehr viel. Somit stellt sich die Frage, was wäre das geeignete Blogtier für den note Blog. Ein Hund? Eine Katze? Ein Vogel? Ein Hase? Ein Aquarium voller Fische? Ein Reptil? Keine Ahnung. Eventuell doch eine Katze. Allein schon der Eleganz wegen und der Art, mit welcher Selbstbestimmtheit diese durchs Leben geht. Und das mit den sieben Leben, dass passt auch gut. Katzen haben einen starken und eigenen Charakter und bleiben bis ins hohe Alter verspielt. Wenn ihnen etwas gegen den Strich geht, können sie gewaltig die Krallen ausfahren. Eine Katze passt gut zum note blog. Ob es nun diese ist? Es ist eine Katze.Was mir auch an Katzen gefällt, ist mit welcher Akribie sie ihr Revier beherrschen, abschreiten und im Griff haben. Diese Kultur der Reinheit und das Schnurren als Ausdruck ihres Wohlgefühls gefällt mir auch. Katzen lassen sich eben nicht alles gefallen und sind sehr eigensinnig. Und die große Aufmerksamkeit und Neugierde von Katzen passt auch gut zum note blog. Die Augen und Ohren immer überall zu haben. Und dass sie immer wieder auf die Füße fallen, gefällt mir persönlich natürlich außerordentlich gut. Eine Katze?! Ja, wenn ein Blogtier, dann eine Katze. Welches Tier passt zu deinem Blog – wenn du einen hast? Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:58

Freitag, 9. Mai 2008

note Werksverzeichnis: nanny 4 your Kid

Kleinvieh macht bekanntlich auch Mist. In diesem Fall keinen auf der materiellen Seite, aber dafür auf der Ideellen. Und das muss man sich einfach regelmäßig leisten. Sonst kommt das nötige Gleichgewicht in Schräglage. In diesem Fall geht es um eine Agentur für Kinderbetreuung. Welche gern "die" Agentur für Kinderbetreuung werden möchte. Nomen est omen: Nanny 4 your kid. Christiane Mahler-Scharf hat sich vor nicht all zu langer Zeit selbständig gemacht. Respekt. Denn sie hat den sicheren Job als Lehrerin an den Nagel gehängt, um sich ihrer Idee zu widmen - einen besonders guten Kinderbetreuungsservice ins Leben zu rufen. Sie vermittelt Nannies an Familien, weil ihr in ihrer langjährigen Berufstätigkeit immer wieder aufgefallen ist, wie Familien aus dem Gleichgewicht geraten. Weil die Anforderungen im Innen- und Außenverhältnis die Balance innerhalb der Familie aus dem wichtigen Gleichgewicht bringt. Aus diesem einfachen Gedanken ist auch ihre Positionierung entsprungen. Was man bei vielen großen Firmen oft vergeblich sucht, hat sie für sich auf den Punkt gebracht: Family in Balance. Da können sich andere noch eine Scheibe von abschneiden. Aber auch wenn man alles noch so gut und richtig macht, so benötigt jede Unternehmensidee den nötigen Treibstoff in Form von Kapital. Businesspläne stellen eben oft nicht die Realität da und sind eher Schönwettervorhersagen. Denn Zahlen drücken nicht aus, dass die nötigen professionellen Partner ebenfalls Kapital kosten. Gute Köpfe kosten gutes Geld, für gute Ideen. Das ist alles zusammengenommen eigentlich nicht wirklich viel Kapital, aber für ein Start-Up im Kleinformat fast nicht zu bewältigen. Das ist wie einen Grill mit dem letzten Streichholz anzünden. Jeder Euro, der reinkommt, wird umgehend wieder investiert. Aber letztendlich muss man es hinbekommen, mit möglichst wenigen Mitteln, möglichst viel zu leisten und zu erreichen. Auf Unterstützung kann man lange warten. Hilferufe werden in der Liga gerne überhört. Darum muss man andere dafür gewinnen, viel mehr für die eigene Idee zu leisten, als sie dafür bekommen. Das ist ein stündlicher Kampf um Details. Jeden Tag, jede Woche. Nanny 4 your Kid ist so ein kleines Unternehmen, das in seinen Verhältnissen Großes vor hat. Mit Sitz am Starnberger See, im Einzugsgebiet München, Bayern bis in die DACH-Regionen [Deutschland, Österreich, Schweiz] tätig. Ich helfe in diesem Fall gerne, wenn ich kann. Denn mein Wissen und mein Eigentum verpflichtet mich irgendwie dazu, es nicht brachliegen zu lassen, nur weil es sich jemand nicht leisten kann, sondern es einzusetzen. Es ist auch eine gute Schule für mich. Denn ich muss alles so erklären können, dass dies jemanden auf der anderen Seite überzeugt. Aber nur, weil die Zusammenarbeit auf anderen Beinen steht, heißt das nicht, dass es in der Sache nicht beinhart zugehen kann, muss und darf. Es ist auch irgendwie typisch Blogger, dass man den vermeintlich „Kleinen“ lieber unter die Arme greift. Die "Großen" helfen sich schon selbst und gegenseitig. Denn wenn wir es nicht tun, wer dann? Es ist Teil eines neuen Marketingsystems geworden, dass die großen Medien, die großen Budgets, die großen Firmen ihren Platz in der Webwelt suchen und teuer erkaufen müssen. Das gefällt mir so am Internet und an der Bloggerszene, hier trifft man immer wieder auf das besondere und nicht schon wieder auf das, um das man ohnehin nicht drum herum kommt.Also, wer einer kleinen Idee zu einer großartigen Entwicklung verhelfen will, der kann das hier tun. Verlinken und empfehlen Sie Nanny 4 your Kid weiter. Hinweis: Wir wollen uns nicht mit fremden Federn schmücken. Bis auf den Flyer und seinen Inhalten haben wir noch nichts geleistet. Der Internetauftritt ist [noch] nicht von uns. Aber wir werden mit einer Reihe von Ideen und Eurer Unterstützung, die Kuh schon zum fliegen bekommen. Das wäre doch gelacht!

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 09:13

Da kommt nicht mehr viel

Wer mal einen Spaziergang durch alle kulturellen Erungenschaften macht, dem fällt auf, dass vieles vor ziemlich langer Zeit geboren wurde und dem eigentlich nichts mehr hinzuzufügen ist. Was danach kommt, reicht in den wesentlichen Aspekten nie mehr an diese Qualität heran.Vieles wurde und wird eben anders gemacht. So oder so oder ganz anders. Aber so eine völlige perfekte Umsetzung gelingt nur noch selten bis gar nicht. Bei so einem Streifzug durch die wirkliche Perfektion menschlichen Schaffens entdeckt man auch die eigentlichen Beweggründe wieder. Worum ging es eigentlich noch mal? Was war das Ziel zum Beispiel von Design?Die Ziele haben sich verändert. Für viele. An Stellen, an denen früher Aspekte wie Ästhetik, Funktion, Einfachheit, Klarheit bis hin zu Genialität im Vordergrund standen, die einen emotional berührt haben, geben nun andere Ziele den Ton an.Profit, Gewinn, Ertrag, Shareholder Value, Return of Investment, Deckungsbeitrag, Umsatz und Kurse. Die emotionalen Werte der Vergangenheit mussten den rationalen, numerischen Werten der Gegenwart sukzessive weichen. Deshalb sehen die Dinge so aus, wie sie aussehen und deshalb funktionieren diese auch auf ihre rein numerisch orientierte Wertsteigerung und Wertschöpfung.Wenn Mozart heute leben würde und er hätte einen Plattenvertrag, gäbe es die kleine Nachtmusik in 1.000 Varianten nicht mehr. Es gäbe sicher keine eine Oper - viel zu teuer, viel zu aufwendig. Dass man sich Zielen erst mal emotional nähern muss

und das über numerische Werte nicht geht, haben die wenigsten dabei mitbekommen. Wenn man heute eine Idee entwickeln soll, muss oder darf, dann sind die bestimmenden Parameter nicht die Zielsetzung, die Wirkung, sondern die Kosten und das Timing. Somit denkt der Kreative nicht mehr erst kreativ nach sondern erst mal in den numerischen Parametern. Der Business-Plan entscheidet, nicht die Idee. Die niedrigen Produktionskosten überzeugen, nicht die Idee. Die Menge in kurzer Zeit ist entscheidend, nicht die Idee. Somit orientieren sich die wesentlichen Parameter für eine Entscheidung an den falschen Zielen – rein numerischen. Ich weiß nicht, wie oft das Auto im Foto verkauft wurde. Das ist mir auch egal. Aber es berührt mich emotional. Das machen ca. 99% aller Produkte und Dienstleistungen nicht mehr. Ich nehme sie nicht mehr wahr und habe auch nicht das Bedürfnis, weil ich davon ausgehe, dass dieser Aspekt – der Berührung – mir ohnehin fehlt.Und das, was ich sehe, auf so gut wie allen kulturellen und wirtschaftlichen Kanälen, bestätigt meine Befürchtung und mein Desinteresse. Somit bewegt mich diese Entwicklung und dieser Status Quo dann doch in eine Richtung, aber eine andere Richtung. Man beginnt, diese bewegenden Momente selbst zu inszenieren. Im Kleinen. Natürlich sind die Ergebnisse bei weitem nicht so beeindruckend wie das, was in der Vergangenheit geleistet wurde, aber im Vergleich zu dem, was einen umgibt, ist alles, was man selbst macht, zumindest von dem persönlichen Erleben umgeben und begleitet. Die Dinge, die ich selbst mache, orientieren sich nämlich nicht an numerischen Werten sondern an meinem Glücksgefühl. Wie dieser Blog. Wie die Bücher. Und die vielen Dinge, die ich täglich mache. Ich entdecke und erfreue mich an alten emotionalen Zielen, die heute so gut wie keine Rolle mehr spielen bei weitem mehr. Es ist so, als ob man eine Schatztruhe öffnet. Die voller mir noch gänzlich unbekannter Erlebnisse und Begegnungen steckt, die nur darauf warten, von mir erlebt zu werden. Und wenn ich da so drin herumwühle, sehe ich keine Statussymbole, keinen materiellen Luxus, keinen Fernsehen und nichts von alledem. Viele Ziele unserer Zeit ergeben mit Blick in diese Truhe keinen Sinn mehr. Das ausschließliche Streben nach numerischen Werten verliert an Anziehungskraft. Somit kann mein Ziel nur sein, aus beiden Töpfen die für mein Leben relevanten Werte zu schöpfen und diese möglichst im Gleichgewicht zu leben und zu erleben.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 08:58

Donnerstag, 8. Mai 2008

Hör doch einfach auf

Die Schuld bei anderen zu suchen. Dich selbst zu überschätzen. Über deine Verhältnisse zu leben. Mit deinem Halbwissen so zu protzen. Dich ständig gehen zu lassen. So unzuverlässig zu sein. Dein ganzes Umfeld von deinen Launen abhängig zu machen. Zu glauben, du kannst alles. Und das auch noch besser. Anderen ständig die Welt zu erklären. Menschen ständig ins Wort zu fallen. So viel und unregelmäßig zu essen. Viel zu viel zu trinken. Dich so wenig zu bewegen. Dich ständig zu beschweren, aber selbst den Hintern nicht hoch zu bekommen. So viel Fernsehen zu sehen. Immer dicker zu werden. Die Fehler immer bei anderen zu suchen. Andere auch immer auf deren Fehler hinzuweisen. Ständig diese unflätigen Wörter zu gebrauchen. Dich über Dinge aufzuregen, die du ohnehin nicht ändern kannst. Umstände zu akzeptieren, obwohl du weißt das diese dir nicht gut bekommen. Ständig gegen deine Überzeugungen zu handeln. Unfreundlich zu Menschen zu sein, von denen du dir keinen Nutzen versprichst. Über Dinge zu reden, von denen du keine Ahnung hast. Despektierlich mit den Wertvorstellungen anderer umzugehen, nur weil du keine hast. Die Meinung anderer zu torpedieren, obwohl du nicht mal eine eigene hast. Alles herum liegen zu lassen. Alles stehen zu lassen. Alles schlecht zu machen, nur weil du keine Lust dazu hast. So unsensibel zu sein. Die wichtigen Entscheidungen ständig vor dir her zu schieben. Mit den Dingen, die man dir anvertraut hat oder die du wie auch immer in Besitz genommen hast, unverantwortlich umzugehen. Gegen deine Überzeugung zu handeln. Die Post ewig liegen zu lassen. Zu glauben, das merkt keiner. Das sieht keiner. Oder das hört keiner. So unkonzentriert zu sein. Ständig wichtige Termine und Namen zu vergessen. Persönlich zu werden und andere anzugreifen, nur weil die mal recht haben und dich an einer schmerzhaften Stelle erwischen. Weg zu sehen. Den Mund zu halten. Nichts zu tun. Immer alles aufzurechnen. Bei Vorfällen, die deine Zivilcourage fordern. Nicht wählen zu gehen. Dein Geld für Blödsinn auszugeben. Anderen deine Hilfe zu verweigern. Nichts mehr dazu lernen zu wollen. So zu rasen und zu hetzen. So ungeduldig zu sein. Blöde Witze zu erzählen. Zu Tisch dir immer als Erstes zu nehmen. Denselben Menschen dieselben Geschichten zum x-ten Mal zu erzählen. Mit Menschen über Menschen zu sprechen, welche diese gar nicht kennen. Ohne Geld vor die Tür zu gehen. Immer den Blick auf dein Handy gerichtet zu haben. Den Bauch einzuziehen. Über andere und anderes zu urteilen, nur weil es dir fremd ist. Alle und alles immer zu bewerten. Zu schmatzen. Zu vergessen, das Klopapier nachzulegen. Zu lüften. Dass andere deinen Mist ständig wegräumen müssen. Dass andere deine Probleme lösen müssen. Dass jeder dich verstehen muss. Dass dein Lebensplan der einzige ist, der was taugt. Zu glauben, dass Du Menschen verändern kannst. Dass deine Geschichten alle brennend interessieren. Dich nicht zu melden. zu glauben, dass keiner sieht, dass deine Sohlen total abgelaufen sind. An den Fingernägeln zu kauen. Dich dumm anzustellen, nur weil du keine Lust hast. Mit Diäten. Diese duselige Musik zu hören. Ständig Lärm um dich zu haben. Zu viel Parfum zu benutzen. Dich anziehen, als ob du dich verkleidest. Ständig zu labern. Unwichtiges Zeug zu erzählen. Einen schlechten Job bewusst zu machen, obwohl du es besser könntest. Leuten in den Allerwertesten zu kriechen, die du eigentlich verabscheust. Lose Bekannte gute Freunde zu nennen. Dich zu betrügen. Zu lügen. So zu tun als fällst du aus allen Wolken, dabei musstest du damit rechnen. Zu Glauben der Zweck heiligt die Mittel. Deinen Vorteil ständig auf Kosten anderer zu suchen. Nachts immer wieder an den Kühlschrank zu gehen. Ohne Zähneputzen ins Bett zu gehen. Keine frische Sachen anzuziehen. Abweisend zu Menschen zu sein, die deine nähe wünschen. Unfreundlich und Wortkarg zu sein. Dinge zu bestellen die du eigentlich nicht willst. Dinge zu konsumieren, die du eigentlich schon nicht bestellen wolltest. Immer allen verklickern zu wollen, dass du immer das Beste und Größte erlebt hast. Das alles in bester Ordnung sei. Nur den Sportteil zu lesen. Ständig die Fernbedienung haben zu wollen. Beim Essen ständig aufzustehen. Anderen immer aufzufordern dich an etwas zu erinnern. Oberflächlich zu sein. Zu Glauben das Geld dein eigentliches Problem auf einen Schlag lösen würde. Das deine Gesundheit ein immer währendes Geschenk ist. Dass Freundschaften auf Selbstverständlichkeit aufbauen. Ständig zu vergessen „Danke“ „Bitte“ und „Entschuldigung“ zu sagen. Das andere immer den ersten Schritt tun müssen. Das sich alle an dich erinnern müssen. Die Wahrheit immer deiner Wirklichkeit anzupassen. So Dünnhäutig zu sein. Deine Dinge nicht zu erledigen. Auszuweichen. Alle gefallen zu wollen. Dich damit zu begnügen so zu bleiben wie du bist. Nur deinen eigenen Pläne und Ideen umzusetzen. Intolerant und egoistisch zu sein. Nachtragend zu sein. Kleinlich zu sein. Unpünkltlich zu sein. Verschwendersich zu sein. Genau an dem Punkt immer wieder aufzugeben, wenn es wirklich um die Sache geht. Die Flinte ins Korn zu werfen nur weil anstregend wird. Deine eigenen Lebenlügen anzufangen wirklich auch noch selbst zu glauben. Angst zu haben den echten Tatsachen in die Augen zu blicken. Zu denken jeder müsste dich zu 100% verstehen. Und fang mit Allem am besten genau jetzt an. Denn es ist eigentlich nie zu spät.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:46

Mittwoch, 7. Mai 2008

Weitverbreitet: Schwellenangst in der Werbung

Das größte Hindernis für gute Werbung ist die jeweilige Schwellenangst. Das ist kein reines Kundenproblem, sondern es beginnt meist schon in der Agentur. Es ist die Befürchtung, dass etwas bis alles nicht verstanden wird und somit die Idee die Wirkung verfehlen muss. Diesem subjektiven, unbegründeten, haltlosen, unbewiesenen Phänomen begegnet man vor allem immer dann, wenn die Kommunikation kein reiner Monolog ist, sondern zum Dialog mit dem Betrachter auffordert. Wenn die Kommunikation erst durch die Reaktion des Betrachters zielführend ist. Solche Ideen, die keinerlei Wirkung beim Betrachter entfalten, haben es erheblich schwerer. Ideen, die einfach alles aus Sicht des Absenders sagen, mit der Hoffnung, dass der Adressat es auch genau so aufnimmt. Dieses Aufnehmen ist nur verbunden mit dem angesprochenen Dialog. Denn der Adressat muss es ja lesen, sehen, hören oder was auch immer. Und das muss er wollen. Und dem Wollen muss auch noch eine Verarbeitung folgen, welche die Botschaften abrufbar macht. Aber dieser wichtige Dialog wird in der Regel aus der Idee gestrichen. Er verkümmert zum reinen Monolog, der natürlich völlig wirkungslos verpufft - egal, wie groß die Werbeaufwendungen auch sind. Auch in der Kommunikation gilt: Null mal Null ist Null. Und zwei Millionen mal Null ist auch Null. Diese Schwellenangst wird nur von ganz Wenigen bewusst immer und immer wieder überwunden. Man kann es auf einen einfachen Nenner bringen - von den Erfolgreichen. Es ist eben die große Kunst der guten Werbung, seiner Zielgruppe immer und immer wieder etwas zuzumuten, so dass diese die Schwellenangst überwinden muss, um in den so wichtigen Dialog einzutreten. Es ist ein wenig so wie mit Exportbieren. Die schmecken nicht ohne Grund nach nichts, damit keine Schwellenangst einen Konsumenten abschreckt. Einen, der da sagen könnte, dass ist aber süß, oder herb oder was auch immer. Somit wird mit dem Produkt kein Geschmack mehr verbunden sondern nur noch ein Lebensgefühl. Eines, das gerade zur Hand war, noch nicht belegt oder einem plausibel vorkommt. Somit ist die meiste Werbung wie geschmackloses Exportbier. Es bleibt nichts hängen. Keine Erinnerung. Nichts.Aber als Marke muss es das Ziel sein, relevant zu sein, wenn es um die Kaufentscheidung geht. Die Zielgruppe muss sich an etwas erinnern. Sonst verbindet sie mit dem Produkt oder der Dienstleistung keinerlei Wertemodell und nimmt das nächste oder billigste. Somit ist die schönste Frage, die einem in Bezug auf eine Idee in Sachen Werbung begegnen kann: "Versteht man das?" Es ist der Beweis für Dialog, Auseinandersetzung, Begegnung und somit für Wirkung. Ein Beispiel. Würde ein Fitnessstudio an einer stark befahrenen Straße ein Plakat aufhängen, auf dem sinngemäß steht „We make you feel better“ und man sieht darauf eine dieser wunderbaren Frauen an einem Trainingsgerät. Oder ein Plakat auf dem zum ankreuzen steht: "Heute fühle ich mich beschissen. Heute fühle ich mich ganz gut. Heute fühle ich mich fantastisch." Verbunden mit der Auflösung: fantastic feeling – every day. Und man sieht jemanden, der glücklich vor Erschöpfung nach dem Sport duscht und das Wasser fließt über sein völlig zufriedenes Gesicht - dann lösen wir genau den beschriebenen Effekt aus. Denn die Leute fahren jeden Tag an diesem Tag vorbei und fangen an, sich die Frage zu beantworten: "Ich fühle mich heute..." Somit beginnt der so wichtige Dialog, der genau das auslösen kann, was Kommunikation leisten soll. Aber was passiert. Auf dem Plakat 1 wird man zunehmend mehr Informationen unterbringen. Auf 400 Quadratmeter. 24 Stunden geöffnet. 3 Monate trainieren nur 2 zahlen....Und alle Informationen verfehlen ihre Wirkung und mindern zudem noch den Wert des Angebots in Preis und Leistung. Wer seine Zielgruppe kommunikativ involviert und mit ihr in einen Dialog tritt, der schafft die besten Voraussetzungen für eine erwünschte Wirkung. Wer das nicht beherzt und seiner Zielgruppe keinen Dialog zutraut, sondern nur Monologe zumutet, der wird mit der Werbung nichts erzielen. Außer eine Agentur ein wenig reicher gemacht zu haben. Also keine Angst vor der Begegnung, Überwindung, Schwelle – die kleine Überwindung vom Monolog zum Dialog ist genau der Unterschied zwischen wirkungslos und wirkungsvoll. Probieren Sie es mal. Oder machen Sie weiter so. Und wenn Ihre Agentur das nicht kann. Ich kenn da einen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:13

Dienstag, 6. Mai 2008

Frank hatte Geburtstag - Gestern noch so bis 23.59 Uhr

Prost Frank!Wer gratulieren wollte, der konnte das machen:Dort. Oder doch besser da. Hier nicht unbedingt. Oder einfach doch gleich so: das-ist-aber-n@marketing-blog.biz Ging aber nur wie gesagt bis Gestern um 23.59 Uhr. Warum Frank gratulieren? Weil es ohne ihn diesen Blog nicht gäbe. Und weil es ohne ihn die Bloghütte nicht gäbe. Und...und...und ... Ach so, ihr seit echt spät dran! Ich habe natürlich schon lääääängst gratuliert.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 18:43

Montag, 5. Mai 2008

Es können doch unmöglich alle die erste Geige spielen

Die Summe des sinnvollen Führungspersonals ist begrenzt. So wie jedes Orchester nur jeweils eine erste Geige braucht. Aber das genügt offensichtlich nicht. Somit gibt es in der Wirtschaft viele erste Geigen. Und es werden ständig mehr. Es gibt in einigen Firmen fast mehr erste Geigen als alles andere, hat man den Eindruck. Die Arbeit müssen die Praktikanten und die Auszubildenden machen und wer sich sonst für wenig bis nichts ins Zeug legt. Aber erste Geigen gibt es im Übermaß und Überfluss. So lässt man sich auch klangvolle Namen einfallen, damit die ersten Geigen sich auch fühlen wie erste Geigen. Die Amerikaner haben das Problem einfach gelöst. Alle "Möchte-gern-erste-Geigen" heißen Vize Präsident. Und alle echten ersten Geigen heißen CEO. Somit ist nur abzuwarten, bis die "Möchte-gern-erste-Geigen" hinter den Schwindel kommen und darauf bestehen, sich auch CEO schimpfen zu dürfen. Dann lassen sich die Amerikaner sicher wieder etwas einfallen das funktioniert. Wir hier sind da nicht so schlau. Die Bezeichnungen aller Geigen ist so kompliziert, dass man nicht mehr weiß, hat man es mit dem Hausmeister oder dem Geschäftsführer zu tun. Auch du bist eine erste Geige. Ganz bestimmt. Ganz sicher. Also, da hätten wir dann noch eine erste Geige und noch eine und noch eine und noch einen. Wie klingt eigentlich Musik, wenn nur erste Geigen spielen? Das klingt so, als ob eine Fußballmannschaft mit elf Oliver Kahns spielen würde – furchtbar.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 19:50

Erlegen oder Gewinnen?

Wie kommt man an Kunden? An die Richtigen, in der richtigen Menge? Die auch noch bleiben. Und immer wieder nachkommen. Die überglücklich sind. Und ebenso zufrieden. Die einen schätzen. Die einen gerne weiter empfehlen. Die bei dem, was sie bekommen und dafür zahlen, immer das gute Gefühl haben, weitaus mehr erhalten zu haben, als es der materielle Wert alleine aussagt. Die höflich sind. Freundlich.Die einen immer und immer wieder motivieren, noch besser zu werden. Die einen mit Lust und Leidenschaft anstecken. Für die man gerne Verantwortung übernimmt. Die sich aufrichtig über das freuen, was man ihnen anbietet und umsetzt. Die einem offen Anerkennung zollen. Mit denen man Gemeinsamkeiten gerne pflegt. Die eine optimale Kommunikation verwirklichen. Und die sich ebenso darüber freuen, dass man verdientermaßen Geld damit verdient? Erlegt man solche Kunden? Nein wohl kaum. Man muss den harten, langen und aufwändigen Weg gehen, solche Qualitäten für sich zu gewinnen. Denn wer Kunden nur für sich erlegt, der hat auf der einen Seite sicher sein gutes, bis sehr gutes Auskommen damit. Aber ihm fehlt die andere Hälfte, die der Gemeinsamkeit. Wer einen Kunden erlegt und ihn ausnimmt, der hat nur einen zeitlich begrenzten Nutzen davon.Somit muss man immer und immer wieder das gleiche Rad drehen. Wer es aber schafft, Kunden für sich zu gewinnen, der geht, lebt und erlebt einen langen Weg mit diesen gemeinsam. Ich weiß, dass dies schöner und besser ist. Ich weiß. Ich. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:40

Donnerstag, 1. Mai 2008

Entfaltung

Der Wunsch zur Entfaltung ist wohl Jedem mal gekommen. Der eine verwirft ihn. Anderen wird er verworfen. Denn Entfaltung hat offensichtlich viel mit Freiheit zu tun. Sich entfalten können, ist somit abhängig wie dicht man an Anderem und Anderen steht. Große Freiheit und große Entfaltung hat somit viel mit Einsamkeit zu tun. Mit sich allein sein, wollen, können und sollen. Einsamkeit als Vorrausetzung für diese Art von Entfaltung. So dass Kompromisse aller Art entfallen. Dass Nichts die natürliche Entwicklung beeinflusst. Diese Art von Menschen kommt zwar in den persönlichen Genuss der vollkommenen persönlichen Entfaltung. Aber der Preis dafür ist, wie gesagt, nicht gering. Es ist die Einsamkeit. Denn man steht offensichtlich meist alleine da. Mit seinen Wünschen, Vorstellungen, Hoffungen, Befürchtungen und allen anderen Gedanken und Gefühlen die einem so durch den Kopf gehen, bis hin durch den Magen, den Rücken rauf und runter von den Haar- bis in die Fußspitzen.Zu alledem muss man sich eine eigene Meinung bilden. Eigene Entscheidungen treffen. Man muss eben sehr eigen sein, um überhaupt Freiheit gebrauchen und nutzen zu können, im Sinne von Entfaltung. Denke ich. Ich kann aber auch irren.Ich für meinen Teil möchte so viel Entfaltung dann lieber doch nicht und stehe lieber im Wald. Neben ihm, dir, ihr...

Geschrieben von Christof Hintze in Menschen um 10:43

Mittwoch, 30. April 2008

Wie oft soll ich es denn noch sagen?

Geht es euch auch so? Es gibt Themen, bei denen kommt man nicht so richtig, bis gar nicht vorwärts, geschweige denn voran. Da kann man reden und machen, was man will. Nichts geht. Oder wenn, dann in so kleinen Schritten, dass man diese selbst unmöglich wahrnehmen kann. Im 1.000stel Millimeterbereich. Das wirklich anstrengende und nervende daran ist die ständige Wiederholung. Diese Endlosdiskussionsschleifen. Man hört sich schon selbst reden. Man kennt schon alle Sätze, die folgen werden. Jedes Argument liegt da fein säuberlich aufgereiht. Und man weiß, dass keins das Ziel treffen wird. Scharfe Munition, die sich als Platzpatronen entpuppen wird. Wieder und wieder.Man variiert mal die Taktik, die Reihenfolge, den Tonfall, die Choreografie. Im Ergebnis bleibt aber alles gleich. Man kommt in der Sache keinen Millimeter voran. Und so stellt man sich wieder und wieder. Schlacht um Schlacht. Gefecht um Gefecht. Bedenkt und überdenkt. Schleift und poliert die Argumente. Hin und wieder gesellt sich eins dazu. Einige fallen wegen schwächlicher Wirkungserwartung raus. Und so ziehen Jahre ins Land. Und man fragt sich zu den immer selben Anlässen – und? Schüttelt leicht resigniert den Kopf, zuckt mit den Schultern und denkt sich „Das wird schon!“ „Das muss!“ Die Zustimmung anderer, auf dem vermeintlich richtigen Weg zu sein, kann man auch nicht mehr hören. Man nickt nur, noch dankend und zwingt sich ein Lächeln dabei ab. Nett, als mehr kann man das nicht mehr empfinden.Weiter, weiter, weiter. Scheitern, scheitern, scheitern. Die Zeit kommt und dann muss man nichts mehr sagen. Ich hoffe nur, ich erlebe die mir bestimmten Aspekte in meinem Leben noch. Und das nichts mehr sagen, hat nichts mit meinen Ableben zu tun. Denn es gibt da eine Reihe von Aspekten, die ich wirklich am eigenen Leib noch erleben will. Es geht dabei nicht um Recht haben. Es geht dabei nicht um Anerkennung. Es geht dabei um Selbstverwirklichung. Auf dem für sich richtigen Weg durchs Leben gegangen zu sein. Nicht falschen Versuchungen aufgesessen zu sein. Es würde mich einfach freuen, wenn ich zu Lebzeiten hier und da ankommen könnte. Ich will nicht mehr überreden müssen, sondern ohne Worte überzeugen können. Ich will nichts mehr verkaufen müssen, sondern anbieten können. Vollkommen verstanden, respektiert und akzeptiert zu sein. Angekommen zu sein, an den Orten, nach denen man sich immer gesehnt hat. Das wäre es.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 17:44

Easy

It´s so easy. Ich wünsche mir die Entdeckung der Einfachheit. Das große Reduzieren, Weglassen, Loslassen, Minimieren. Die Abschaffung der Präsenzkultur. Das Verbot der Unwichtigkeit und Nebensächlichkeit. Die Einführung der Konzentration auf das Wesentliche. Das große Freischaufeln, um den Blick für das Wichtige freizulegen. Das Unterlassen von Hinhalten, Floskeln, Geschwätz und Meetings, die keiner braucht. Das Untersagen von allem, was nicht dem eigentlichen Primärnutzen dient. Die Einführung von Pflichtterminen mit sich selbst, mit seinen Freunden und seiner Familie. Das Einführen von Gemeinsamkeitspflege. Gemeinsam kicken gehen. Grillen. Wandern. Fahrradfahren. Auf ein Konzert gehen. Alles erlaubt und erwünscht, was auf Gemeinsamkeiten beruht. Das Unterlassen von alleine Fernsehschauen. Von Feindseligkeit. Von Vorurteilen. Von Intoleranz. Der Umbau vom Home-Office zu einem Gästezimmer. Die Begünstigung von Familienreisen und Reisen mit Freunden. Alles was dazu führt, dass Menschen miteinander etwas erleben, oder mehr erleben, sollte grundsätzlich steuerlich begünstigt werden. Und durch preisliche Nachlässe attraktiver gemacht werden. Wer nicht über das Jahr verteilt eine bestimmte Anzahl Tage mit Freunden gemeinsam gekocht und gegessen hat, wird steuerlich zur Kasse gebeten. Gemeinsam Sport machen mit Freunden wird von den Krankenkassen so bewertet, dass dadurch die Beiträge sinken. Wer sein Eigentum Freunden oder anderen leiht, oder zum Gebrauch zur Verfügung stellt, wird Gemeinschaftssteuer begünstigt. Förderung der Gemeinschaft durch Förderung von Gemeinsamkeiten würde so viel, so viel schöner, gesünder und besser machen. Zudem wären alle wesentlich besser drauf und motivierter. Der rege Austausch des Miteinanders würde zu einer völlig neuen Lebens- und Arbeitsqualität führen. Raus aus der Anonymität des Alltag, rein in das große Miteinander, Mitdenken und Mitmachen.Denn die Qualität einer Gesellschaft wird maßgeblich dadurch positiv beeinflusst, wie sehr alle daran mitwirken. So einfach könnte es sein. Denn dieses Mitwirken wird einem an allen Ecken ganz schön schwer gemacht und vermiest. Das sollte ein Ende haben. Ich bin überzeugt das eine Welle des „mit...“ uns alle viel ausgeglichener und zufriedener machen würde. Machen wir unsere eigenen Probleme zu einem offenen Thema. Und rennen nicht jeder jeden Tag mit unseren eigenen Rucksäcken voller Probleme herum. Reden wir darüber. Nehmen Hilfe an. Finden neue, gemeinsame Wege zur Lösung. Wir haben das „Wir“ aus den Augen verloren. Das ist und tut nicht gut, jedem Einzelnen. Also, einfach das „Wir“ und das „Mit“ zurück in den Mittelpunkt eines jeden Einzelnen und der gesamten Gesellschaft rücken. Dann könnte es wirklich so werden, wie wir es uns alle eigentlich wünschen. Ein

Land der offenen Tür. Menschen mit offenen Armen. Achtung! Das war nur ein Tagtraum von mir. Natürlich ist das alles völliger, naiver, unrealistischer Quatsch. Aber ich dachte einfach mal so. Wahnsinn. Wir ?! Dass ich nicht lache. Mit?! Prust. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 13:35

Dienstag, 29. April 2008

Als Träume noch Flügel hatten

Es gab schon mal oder schon immer - und zum Glück schon wieder Dinge, welche durch eine solch sinnliche Ästhetik meine Aufmerksamkeit erregen, dass die Funktion völlig ins Hintertreffen gerät. Es ist ein schönes Gefühl, wenn die Logik offensichtlich aussetzt. Wenn Erklärungen einem sogar selbst fadenscheinig erscheinen. Weil einem einfach die Worte dafür fehlen. Wie soll man das auch erklären, wenn man es nur fühlen kann. Beschreiben Sie mal jemanden "Wärme und Kälte", der beide nicht spüren kann. Beschreiben sie mal Sonnenaufgang und Sonnenuntergang jemanden der nicht sehen kann. Die Ratio zu überwinden, macht mir sehr viel Spaß. Dort wo alle Beweise, Gründe, Fakten und Analysen aufhören, fängt der Spaß bei mir erst richtig an. Wer in diese Gefilde vorstößt, der begibt sich auf einen emotionalen Ritt auf den eigenen Sinnen. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 22:38

Bitte melden: Das note blog sucht einen Native-Speaker für die Übersetzung des Blogs ins Englische

Warum? Aus gutem Grund. Oft bekomme ich Anfragen, Hinweise und Vorschläge, das Blog doch nicht nur in Deutsch zu machen sondern auch in Englisch. Damit auch ein gewisser nicht geringer Rest der Welt meinen Überlegungen und Gedanken folgen kann, soll und darf. Nach reiflicher Überlegung bin ich dazu gekommen, es zu tun. Deshalb suche ich einen Native-Speaker für englisch. Fangen wir mal einfach an. Andere Sprachen könnten, sollten und werden folgen. Somit wird das note Blog sukzessive, von hinten nach vorne erst mal auf Englisch aufgerollt. Und die neuen Beiträge erschienen schon in naher Zukunft gleich zweisprachig. Wer fühlt sich angesprochen und aufgefordert, sich dafür zu engagieren? Bitte einfach per Mail bei mir melden info [at] note.info . Danke. Ich freue mich. Denn wer die Welt verändern will, sollte nicht länger warten. Der kann damit zum Beispiel hier sofort anfangen. Wir sagen, was wir denken. In der stillen Hoffnung, dass einige das auch so sehen. Und andere sich davon überzeugen und mitreißen lassen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:38

GWSW: Gute Werbung – Schlechte Werbung

In der Werbung verhält es sich wie in allen anderen Disziplinen auch, nur mit dem kleinen Unterschied, dass man sie in der Öffentlichkeit besser sehen kann, oder manchmal wäre es besser gewesen wenn nicht.Im Laufe der Jahre ist mir immer klarer geworden, was gute Werbung ausmacht. Beide müssen gute Werbung wollen, der Kunde und die Agentur. Und das Wollen allein genügt nicht, man muss die Fähigkeit und die Bereitschaft dazu mitbringen, einbringen und durchsetzen können. Jeder für sich seinen Teil und natürlich, wenn es um die Wurst geht, zusammen. Die Kultur dieser Beziehung zwischen Kunde und Agentur ist der Garant und Wegbereiter für gute Werbung. Eine hohe Kultur, welche sich ausschließlich um die Sache dreht, bringt es immer mit sich, dass beide ihr Handwerk sehr gut verstehen sollten.Können. Der Wille allein genügt bei weitem nicht. Sondern man muss die Chance, die einem ein solcher Kunde bietet, auch wahrnehmen und nutzen können. Auf einem solchen Niveau muss man konzipieren können. Somit ist neben der Grundvoraussetzung der hervorragenden Beziehung zwischen Kunde und Agentur das Können sehr wichtig. In der Agentur müssen genau die Menschen sich wohl fühlen und agieren, welche auf diesem Niveau mit absoluter Vorliebe agieren. Was nützt einem die schönste Komposition, wenn keiner sein Instrument spielen kann?Und dann hat die Gliederkette ein weiteres Element, die Lieferanten. Auch hier muss so ausgewählt werden, die Zusammenarbeit so gut sein, das Vertrauen so hoch, dass hinten das raus kommt oder noch übertroffen wird, das man sich vorne erhofft und erwartet hat. Somit ist gute Werbung eine Gemeinschaftsarbeit, nie das Werk eines Einzelnen. Alle müssen miteinander können und wollen. Sonst kann Gutes nicht oder nur sehr schwer entstehen. So viele Parameter beeinflussen die Qualität von Werbung, dass keiner unberücksichtig bleiben darf sondern jeder zur Qualität beitragen muss. Das Konzept, die Typo, der Klang, das Papier, die Grammatur, die Farbe, die Fotos, die Grafiken, das Format, die Punktgröße, der Zeilendurchschuss, die Schnitte, die Überblendungen, der Claim, der Text, die Pagina, die Rückenbindung, 4c oder 5c, das Logo, lackiert oder gewachst, Prägung, Stanze, Typo-Farbe, Bildbearbeitung... Die Liste ist fast endlos. Und alles muss so miteinander harmonieren, dass daraus gute Werbung entsteht. Das ständige bemühen und ringen um das Beste für die gewünschte Wirkung. Die Bereitschaft die Richtung zu ändern, seine Meinung zu ändern. Etwas neues zuzulassen. Immer und immer wieder sein Können einzubringen, damit etwas für alle gleichermaßen Gutes daraus entstehen kann. Dafür muss man die Atmosphäre schaffen. Die Struktur. Und die

passenden Menschen dafür gewinnen. So entsteht Gutes. Ich bin überzeugt, nur so. Eine gute Idee macht noch keine gute Werbung. Aber sie schafft die Voraussetzung. Ab jetzt sind alle gefragt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:36

Montag, 28. April 2008

Abhängig

Manchmal fällt mir auf, wie abhängig man ist, wovon was abhängt. Die Zusammenhänge sind oft seltsam, aber man ist spürbar abhängig davon. Es sind die kleinen Abhängigkeiten, die einem versuchen ständig klar zu machen, wo lang es geht. Und vor allem wie.Die meisten Abhängigkeiten bestehen aus Beziehungen von Dingen miteinander. Man stellt diese einfach her. Ob es diese Abhängigkeit wirklich gibt, könnte man in Frage stellen. Machen aber die wenigsten.Ein Beispiel. Im Fußball glauben viele, dass wenn man selbst die besten Chancen vergibt, es zum unverdienten Gegentreffer kommt. Dann kommt es so. Dann ist die Abhängigkeit von vergebenen Chancen zum Gegentreffer hergestellt und bewahrheitet sich. Trifft es nicht zu, besteht die Abhängigkeit trotzdem. Es ist in diesem Fall nur gerade noch mal gut gegangen.Interessant bei diesen Abhängigkeiten ist die Häufung, auf die sich offensichtlich alle berufen. Denn in der Regel gewinnt eine überlegene Mannschaft ein Spiel oder spielt zumindest unentschieden. Eine Minderzahl bestätigt diese Abhängigkeit. Da aber mit dieser Minderheit wesentlich mehr emotionale Verbindungen bestehen, werden diese wesentlich stärker gewichtet. Also von 20 Spielen gewinnt die unterlegene Mannschaft bei einer Vielzahl von besten vergebenen Chancen der überlegenen Chancen - 1. Und nicht wie man glaubt 17. Somit bauen die meisten Abhängigkeiten auf einer falschen Verbindung auf. Noch schlimmer, diese wird auch noch um ein Vielfaches überbewertet. Somit leben wir in Zwängen, die es rational gesehen und bewertet so nicht gibt. Aber was soll man machen, wenn es sich so anfühlt?Anfangen zu relativieren. Benennen sie die Abhängigkeiten. Betrachten sie diese. Bewerten sie diese möglichst objektiv und rational. Denn es sind genau diese Abhängigkeiten, die uns vom wesentlichen abhalten. Ständig stellen wir Verbindungen her, wo keine sind. Kommt die Person unpünktlich, dann... Regnet es an dem Tag, dann... Ruft sie heute nicht an, dann... Wenn ich vorher keinen Kaffee bekomme, dann... Wenn er sich bis Freitag nicht meldet, dann...Unsere Köpfe sind voll von diesen falschen Beziehungen der Dinge zueinander, aber trotzdem werden diese Abhängigkeiten genährt, zumeist durch unsere sozialen Kontakte. Denn was sagen die: Kommt die Person unpünktlich, dann... Regnet es an dem Tag, dann... Ruft sie heute nicht an, dann... Wenn ich vorher keinen Kaffee bekomme, dann... Wenn er sich bis Freitag nicht meldet, dann...Somit werden wir wie eine Flipperkugel im Spiel der falschen Abhängigkeiten gehalten. Und titschen von einer zur anderen. Was man nicht alles zueinander in Verbindung stellt. Wenn dann. Das musste ja so kommen. Das wird so kommen. Das kommt wie immer. Zudem machen wir uns gerne abhängig von Dingen, die wir überhaupt nicht beeinflussen können, wie z.B. vom Wetter. Regnet es, wird es auch ein schlechter Tag. Scheint die Sonne, wird es ein guter. Ergebnisorientiert kann das unmöglich stimmen. Denn wir leben in einem Land, in dem es überproportional mehr regnet als in südlichen europäischen Ländern. Trotzdem war es um unsere Ökonomie historisch gesehen immer besser bestellt. Gäbe es eine Abhängigkeit vom schlechten Wetter, gehörten wir sicher zu den Armenhäusern Europas wenn nicht der Welt. Und da, wo das Wetter schön ist, ist es um die Ökonomie historisch gesehen nicht so gut bestellt. Also wird auch hier ein falsche Abhängigkeit zugrunde gelegt. Und so geht es weiter und weiter. Der Mond. Die Sternzeichen. Alles soll uns sagen, wie der Hase läuft. Aber so läuft er nicht. Somit gilt es, sich im Laufe eines Lebens unabhängiger und unabhängiger von den falschen Abhängigkeiten zu machen. Denn um so weniger Entscheidungen, Stimmungen und andere Wesensmerkmale von Abhängigkeiten beeinflusst und bestimmt werden, um so mehr dienen sie dem eigentlichen Ziel. Der optimalen Lebensqualität.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:51

Freitag, 25. April 2008

Moneypolieren

Man kann ebenso nicht nicht manipulieren, wie man nicht nicht kommunizieren kann. Es geht dabei nicht um die Tatsache, dass manipuliert wird, sondern mit welchem Ziel. Es gibt ehrenwerte Ziele und viele, welche genau das Gegenteil verfolgen. Beides ist dem Begriff nach aber als Manipulation zu bezeichnen. Alles was ich sage, alles was ich mache ist zweckgebunden. Ich verfolge dabei mehr oder weniger vorder- oder hintergründig meine Ziele. Das muss ich nicht zugeben. Aber das verändert an der Tatsache nichts. Der Begriff der Manipulation ist so weitreichend, dass eigentlich nur die Menschen auffällig sind, die von sich behaupten, nicht, nichts und niemanden zu manipulieren.Die Manipulation beginnt schon bei einem selbst. Wie man glaubt, wahrgenommen zu werden. Wie man sich wahrnimmt. Dann geht es weiter mit und in unserer Umwelt. Und so weiter und so weiter. Wir wollen glauben. Wir wollen glauben machen. Somit manipuliert ein Teil von uns immer die Wahrnehmung, mit dem Ziel, dass die Manipulation die gewünschte Wahrnehmung besser, schneller und genauer erzielt.Die Art, wie wir Geschichten und Erlebnisse erzählen, steckt voller Manipulation. Wir lachen selbst an Stellen, damit für andere erkennbar wird, dass dies lustig sei. Wir überhöhen, verändern, lassen ganze Stränge der Wahrheit weg und setzen so eine gewünscht neue Wahrheit zusammen. Somit lügen wir nicht. Deshalb glauben auch viele, nicht zu manipulieren. Obwohl genau diese veränderte Darstellung eine zielgerichtete Manipulation ist. Ob wir das wollen oder nicht.Somit ist Werbung und/oder Kommunikation sehr menschlich. Es ist die Art von Manipulation, die uns allen mehr oder weniger zu eigen ist. Wer also Werbung vorwirft, dass diese manipuliert, dann ist dieser Vorwurf richtig. Wer aber sich selbst von diesem Vorwurf distanziert und von sich behauptet, nicht zu manipulieren, dann ist das nicht richtig.Über die Qualität und die Ziele von Manipulation könnte man vortrefflich streiten, denn hier gehen die Beweggründe bis in die tiefsten Abgründe. Aber auch das ist kein Phänomen der Werbung, sondern spiegelt sich ebenso in der Gesellschaft wieder. Somit beschreibt die Diskussion über die Manipulation in der Werbung die fehlende Diskussion über die Manipulation in uns Menschen.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 08:26

Der Goldfisch

Im Garten befindet sich ein Teich. Kein Grund zum Neid, es ist ein kleiner. Gerade groß genug, dass man ihn guten Gewissens als Teich bezeichnen kann. Umringt von der Natur, wenig bis gar nicht gepflegt, sich selbst überlassen, hat es sich der Teich den natürlichen Umständen entsprechend schön gemacht. Der Wasserstand ist mal bis zum Rand, aber auch schon mal bedenklich tief. Im Winter gefriert der Teich, so dass das Eis bis zum Boden reicht. Er ist voller Blätter und allem, was sonst noch so Hals über Kopf in ihn fiel. Einige größere Steine liegen auf seinem Grund. Und auch dies und das, was da nicht so richtig reingehört. Ein Sammelbecken eben. Er scheint aber kerngesund. Denn in ihm schwimmt, man kann es kaum glauben, wenn man es nicht mit seinen eigenen Augen gesehen hat, ein Goldfisch. Es ist sein Teich. Das wird einem klar, wenn man ihn so beobachtet, denn er ist das größte Lebewesen weit und breit und sicher auch der Teichälteste. Er ist allein - als Fisch. Er macht dabei aber keinen gelangweilten oder depressiven Eindruck, soweit ich das beurteilen kann. Dieser Eindruck ist aber auch mehr von meinem tiefen Wunsch geprägt, dass er sich hoffentlich pudelwohl fühlt in seinem Teich. Man will ja nicht auch noch ein schlechtes Gewissen haben wegen eines einzigen Goldfischs. Obwohl ich nicht ganz unschuldig an der misslichen Lage seines Singledaseins bin. Aber die Geschichte ist zu traurig, als dass ich sie hier kundtue. Eine schwarze Minute in meinem Leben. Ich habe ihn wirklich nicht gesehen, den Anderen - wirklich. Es bricht mir noch heute das Herz, seinen besten Freund auf dem Gewissen zu haben.Jahre lebt er schon hier. So zieht er seine Bahnen und Kreise. Mir scheint es ein ganz besonderer Kerl. Denn jedes Jahr gehe ich mit absoluter Sicherheit davon aus, dass er diesen Winter nicht überlebt hat. Denn er verschwindet, wenn es ihm zu kalt wird. Er zieht nicht in den Süden. Und er wechselt auch nicht sein Revier gegen ein wohltemperiertes Aquarium. Er buddelt sich ein. Er macht sich ein Bett unter Blättern tief im Morast. Dann ist er weg und ward nicht mehr gesehen, über Monate hinweg. Und wenn wir alle überzeugt sind, dass er in die ewigen Jagdgründe gewechselt hat, das Zeitliche gesegnet hat, und wir sinnierend vorm Teich stehen und rekapitulieren, wie hart der Winter ja auch war und wie lang und wie alt er wohl gewesen sei, steinalt sicher, dann passiert wieder das Wunder vom Teich am Haus Hagebutt. Plötzlich eines Morgens ist er da und schwimmt umher, als ob nichts gewesen wäre. Erwacht aus seinem Winterschlaf, hat er es mal wieder geschafft. Unglaublich, aber wahr. Da schwimmt er. Und er scheint sogar ein Stück gewachsen. Das glauben wir jedes Jahr und zwar in einem Maße, dass er eigentlich schon die Ausmaße eines Delphins haben müsste.Es liegt sicher an unserer Freude, dass der Herr des Teichs wieder seinen Thron eingenommen hat. Stolz zeigen wir ihn jedem, der ihn auch eventuell nicht sehen will. Es ist ein Wunder für uns. Denn letztes Jahr wollten wir seiner Einsamkeit ein geselliges Ende bereiten und wir kauften vier Goldfische für jeweils knapp unter 2 €.

Ließen uns erklären, wie man diese im Teich aussetzt, damit auch alles seinen glücklichen Verlauf nimmt.Weit gefehlt. Diese verwöhnten Goldjungs haben bei den ersten kleinen klimatischen Veränderungen gleich die Lebensgeister verlassen. So schwammen sie einer nach dem anderen nur noch auf dem Rücken. Verzogen. Verwöhnt. Domestiziert. Nicht fähig, allein zu überleben. Und unser Goldfisch ist so eine Art Bruce Willis wie in Stirb niemals Teil 3. Eventuell war er sogar genervt von diesen Weicheiern. Sicher haben die tagein tagaus gejammert. Oh, ist das kalt hier. Oh, ist das dunkel hier. Oh, das mag ich nicht essen. Oh, ist das aber dreckig und unaufgeräumt hier. Die waren auf das harte Leben in der freien Wildnis ungenügend bis unzureichend vorbereitet. Manchmal denke ich, ob er die Jungs kurze Flosse um die Ecke gebracht hat, damit wieder Ruhe einkehrt und das Gejammer aufhört. Zuzutrauen wäre es ihm. Wer in einer solchen Umwelt Jahr für Jahr überlebt, dem ist alles zuzutrauen. Jedenfalls ist der kleine große Goldfisch zu einem echten Familienmitglied geworden. Und zu einem Vorbild. Er steht für das weitermachen, durchhalten und durchsetzen. Nicht jammern, machen. Mach das Beste daraus. Er ist der wirklich harte Kerl in unserer Runde. Und wenn ich mal wieder zweifle, dann denke ich an den Goldfisch. Den einen, der seiner Umwelt einfach trotzt. Der einfach nicht klein- und nicht unterzukriegen ist. Ein toller Kerl.Leider kein Goldfisch Foto von Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 00:35

Donnerstag, 24. April 2008

Ein Stück vom Bach (Hansgeschichten)

Hans stand im Bach und überlegte, ob er was riskieren sollte. Nur wenige Meter, dann hätte er die alte Steinbrücke erreicht. Drunter hergehen oder doch besser außen herum? Er spürte wie das Wasser kühl um seine Waden strich. Es war trüb und hatte die Farbe des Kaffees, wie sein Vater ihn mit reichlich Milch zum Frühstück trank. An normalen Tagen hatte der Bach immer nach feuchter Erde gerochen. Jetzt war es ihm, als ob es vor ihm aus dem Maul eines großen schwarzen Hundes roch.Hans war bis hierher durch den ganzen Bach gewatet. Er war wie jedes Mal an jener Stelle die steile Böschung hinab gestiegen, wo das Wasser flach über ein Bett aus schwarzen und weißen Kieselsteinen kroch, und wo er am liebsten lange Zeit in der Sonne saß, weil er dem Plätschern des Baches lauschen konnte, das hier das Lauteste war – wenn man das Rauschen der hohen Pappeln und Schwarzerlen erstmal ausgeblendet hatte. Das Bachplätschern klang wie ganz sanftes Klavierspielen, ganz zart, ganz hell, ganz fein. Er stellte sich vor, was für feine Hände der Spieler haben musste, wenn er so zart spielen konnte. Er musste die Musik sehr lieben, so zart war sein Spiel. Immer, wenn Hans die Musik hörte, war es ihm, als würde er träumen. Er hatte die Augen geschlossen und die Musik war da. Sie floss durch seinen Kopf. Er öffnete die Augen und die Musik war immer noch da. Seit damals war es immer diese Musik, die er auch anderswo zu finden suchte.Als er die Stelle mit den weißen und schwarzen Kieselsteinen hinter sich gelassen hatte, sah er das alte Telegrafenhaus. Es war aus roten Ziegeln gebaut. Es war eine Art Turm, in dem man sich gewiss prima hätte einrichten können. Der Turm war so hoch wie zwei Männer und er musste den Kopf ganz in den Nacken legen, wie er unten im Bach stehend nach oben sah. Der Turm lag im Schatten der alten Pappeln, Weiden und Erlen, die hier am Bach Spalier standen. Die Pappeln und Erlen waren so hoch, dass sie bis in den Himmel wuchsen und herrlich rauschten, wenn der Wind in ihre Kronen fuhr. Weiter oben kam ein Stück ohne Pappeln und Erlen. Hier standen die alten Kopfweiden, die hohl waren und sich zum Klettern anboten. Das letzte Stück hinter der Steinbrücke war wieder mit Pappeln und Erlen bestückt; und dann kam auch bald das Dorf und der Bach verschwand zwischen den Häusern, die alle Gärten hatten, die bis an den Bach heran reichten.Der Turm hatte eine Tür aus Eisen. Auf der Tür aus graulackiertem Eisen warnte ein gelbes Schild mit schwarzem Blitz vor der tödlichen Gefahr. Auf dem Turm saß ein steiles Satteldach mit schwarzen Dachpfannen. Von den beiden Giebelseiten führten schwarze, fingerdicke Drähte weg. Da, wo sie vom Haus wegführten, waren faustgroße weiße Kugeln. Wenn einer der schwarzen Drähte reißen und in den Bach fallen würde, dann wäre er sofort tot, dachte er jedes Mal. Er würde mit dem Bach ins Meer treiben und seine Mutter würde um ihn weinen.Das Wasser des Baches floss träge und es war leicht gewesen mit der Strömung zu waten. Der Bach war nirgends mehr als einen halben Meter tief. Mal umspülte er die Knöchel, wie an der Stelle mit den Kieseln, weiter oben wurde das Bachbett schmaler und der Grund schlammig. Hier reichte das Wasser bis über die Knie. Er ging dann auch langsam, weil sich die Füße im Schlamm festsogen und der Grund nicht mehr sichtbar war. Vor ihm war das Wasser graubraun wie Putzwasser, hinter ihm wirbelten braune Schlammwolken auf. So sah es aus, wo der Orinoko in den Amazonas floss. An beiden Seiten des Baches waren Wiesen. Das Gras wuchs in langen Büscheln über die Böschung in das Wasser hinein und die Strömung kämmte die Grashalme immer in die gleiche Richtung. Auf der Wasseroberfläche liefen kleine grünlich schimmernde Käfer. Mit der Strömung trieb manchmal ein Ast auf einen zu, trieben Blätter vorbei und manchmal schwamm auch eine Bierflasche heran. Es konnte passieren, dass man in eine Scherbe trat. Hans war das nur einmal passiert, es hatte geblutet und es war eine Narbe geblieben. Das Dümmste aber war, dass man bei einer Verletzung warten musste, bis sie zugeheilt war. Es konnte ein oder zwei Wochen dauern, bis man wieder in den Bach steigen durfte.Da er seine Füße nicht sehen konnte, wenn er durch den Bach watete, war es ein komisches Gefühl, wenn etwas um seine Beine strich. Es konnte alles sein. Wenn es etwas Hartes war, dachte er an einen Schuh. Wenn es etwas Weiches war, dachte er an eine Graswurzel. Jedenfalls, wenn er sich zureden wollte. Er konnte sich aber auch etwas anderes vorstellen. Zum Beispiel ein Tier, eine Schlange oder eine Ratte, obwohl es hier keine Schlangen gab. Dann machte er drei, vier entschlossene Schritte nach vorn, dass das Wasser vor seinen Beinen anschwoll und ihm bis auf seine kurzen Hosen spritzte. Hans hatte hier noch nie eine Ratte gesehen, aber er war sicher, dass es sie gäbe, weil die Leute es erzählten. Riesen Viecher, so groß wie Katzen. Neulich habe der Bauer wieder eine mit dem Spaten erschlagen, hatte sein Vater ihm erzählt; bei der Steinbrücke war's. Alles, von dem ein starker Geruch ausging, würde sie anlocken und Blut, da wären sie besonders toll. Hans wusste, wenn ihm eine begegnen würde, nähme er einen starken Ast und würde sie totschlagen. Er würde es ihnen schon zeigen, wer der Herr war am Bach.Das Bachbett war nirgends besonders breit. Nur nach einem Regen, wenn der Bach mehr Wasser führte. An jeder Stelle konnte man drüberspringen. Das machten die Jungs, weil es eine Mutprobe war. Es gab nur eine Stelle, die man unmöglich überspringen konnte. Das war die Stelle, wo das Kiesbett war. Hier hätte es einfach an Anlauf gefehlt, weil die Böschung steil abfallend war. Anderswo war es kein Problem; auch für Hans nicht, obwohl er körperlich zu den Kleinsten zählte. Nein, es war überall zu schaffen, außer bei Hochwasser, wenn es tagelang geregnet hatte. Dann stieg der Bach um bis zu einen Meter an und machte sich breit in seinem Bett. An normalen Tagen reichte ein guter Anlauf und man war drüben, mit einem Satz. Ein schlechter Anlauf kostete wertvolle Zentimeter und man landete im Bach. Manchmal nur mit einem Bein, manchmal ganz. Dann zog man zuhause trockene

Sachen an und probierte es sofort erneut. Wenn man es nicht sofort wieder anging, ging man es vielleicht nie mehr an.Im Bach lebten Stichlinge, die man fangen konnte. Das silbrige Fischchen war nicht größer, als der kleine Finger und auf dem Rücken hatte es drei Stacheln, weshalb die Leute hier am Bach dazu Stachelditzchen sagten. Die Art zu fischen war einfach. Man brauchte entweder ein altes Küchensieb oder man konstruierte einen Köcher aus einem Damenstrumpf, dessen Öffnung man um einen rundgebogenen, starken Draht spannte. Stachelditzchen waren überall im Bach. Man fing sie am besten an seichten Stellen; dort, wo das Wasser nicht so trüb war und die Fischchen in ihrer Bewegung eingeschränkt waren. Der beste Platz war, wo die schwarzen und weißen Kiesel lagen. Er baute eine Art Becken aus den größeren Kieseln. Eine Wanne im Bach, in die er seinen Fang mit dem Sieb oder dem Köcher treiben und aus der er Fisch für Fisch herausschöpfen konnte. Am Ufer hatte er ein großes Glas mit Wasser vorbereitet, in dem er die gefangenen Fischchen aufbewahrte. Das Wasser war aus dem Bach und in dem Glas sah es viel klarer aus. Er konnte ganz hindurchsehen und betrachtete die Fischchen und kleine Teile, die im Wasser schwebten. Er zählte die Fischchen und er war zufrieden, wenn er viele gefangen hatte. Sein Rekord stand bei sechsunddreißig an einem Nachmittag. Er war sich nicht bewusst, wann genau der Nachmittag anfing und wann er endete, aber er war lange genug, um reichlich Beute zu machen. So lang, wie zu der Zeit an dem Bach, war ihm nie mehr wieder ein Nachmittag vorgekommen.Inzwischen war er schon ein gutes Stück gewatet und er musste bald die Steinbrücke sehen. Bis dahin wollte er einen Entschluss gefasst haben: unter der Brücke durch oder doch raus aus dem Bach. – Hätten die Leute doch nur nie von den Ratten erzählt.

Geschrieben von in Weite Welt um 14:30

Mittwoch, 23. April 2008

Das große Misstrauen

Mein eigentlicher und größter Kampf ist der gegen das Misstrauen. Das Misstrauen gegenüber Ideen, die nicht greifbar sind. Das Misstrauen gegenüber subjektiver Wahrnehmung, gegenüber weichen Faktoren, gegenüber dem Preis-/Leistungsverhältnis. Die Menschen haben sich Misstrauen gegenüber jedem und allem angewöhnt. Eine ziemlich blöde Angewohnheit. Denn egal, was man sagt oder zeigt, sie gehen immer davon aus, dass die Idee nicht funktionieren könnte und auch deshalb natürlich viel zu teuer ist. Wer mit einer solchen Einstellung an die Sache von Kreativen geht, darf sich nicht wundern, dass dabei nichts raus kommt. Hat zwar auch wenig gekostet, aber auch geringe Kosten bei völliger Wirkungslosigkeit sind viel zu viel. Somit steigt das Misstrauen weiter.Manchmal komme ich mir vor wie ein Kommunikations-Drogendealer und meine Kunden wollen ständig das Dope runterhandeln, weil sie einfach behaupten, es sei eh gestreckt und da wäre nur Mist drin. Das ist traurig und demütigend zugleich. Eine Weile dachte ich, es läge eventuell an meiner Person. Bei nichten, dem war nicht so. Denjenigen, denen ich meine Ideen anvertraut habe, haben diese noch schlechter an den Mann gebracht. Das Misstrauen war dort offensichtlich noch größer als bei mir.Dann ging mir ein Licht auf. Alle, mich eingenommen, verhalten sich mittlerweile so. Wir sind zunehmend misstrauischer geworden. Das ist eine kollektive Entwicklung, die nicht ganz boden- und grundlos ist. Man wird wirklich das Gefühl nicht los, von allen Seite beschissen zu werden. Deshalb!Somit begann ich vor ca. einem Jahr nicht an den Ideen zu arbeiten, an den Kosten, am Timing, an der Präsentation, sondern am fehlenden Vertrauen. Ich nahm mir das Misstrauen vor. Von allen Seiten bekam man es mit mir zu tun. Nichts, was mit Vertrauen zu tun hat, nahm ich mehr als selbstverständlich hin. Mein Feldzug gegen das Misstrauen. Mein Kreuzzug gegen das Misstrauen. Meine Waffe war die Kommunikation und die Offenheit. Noch nie war ich so nah am Kunden, an den Jobs, an den Lieferanten, an allem. Ich war immer und überall dabei, wenn es ging. Alle Absprachen liefen über mich. Jede Mail war an mich direkt oder „cc“. Somit war ich im gesamten kreativen Prozess allgegenwärtig.Der Aufwand ist immens, aber es lohnt sich. Langsam zwar, aber man spürt schon die Veränderung. Das Verhältnis zum Misstrauen verändert sich, weil die Qualität der Kommunikation sich zunehmend verbessert hat. Leider bleibt somit weniger Zeit für andere Dinge. Aber man muss eben Prioritäten setzen. Die Qualität meiner Freiheit wird maßgeblich davon beeinflusst, wie sehr ich anderen vertraue und die Anderen mir. Das wurde mir immer klarer. Somit ist das Misstrauen zu verdrängen durch Präsenz, Kommunikation und Offenheit ein und bis auf weiteres mein Weg. Ach ja, noch was. Wer Misstrauen offen bekämpft, spürt schnell wie groß die Sehnsucht nach Vertrauen ist. Ein gutes und schönes Gefühl.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:40

Dienstag, 22. April 2008

michelle

wir haben an diese stelle schon ueber soviele schoene dinge des lebens gesprochen, und eins dabei noch nie benannt. die einfachste art der schoenheit.

Geschrieben von Peter von Felbert um 13:21

Akzeptieren

Ein Systemwechsel der besonderen Art wälzt langsam aber sicher unser gesellschaftliches und wirtschaftliches System um. Im Gegensatz zur Vergangenheit, in der alles auf eine bestimmte Art und Weise ablaufen musste, gilt es jetzt das Akzeptieren zu erlernen.Denn ergebnisorientiert ist viel mehr richtig und möglich, als man sich das in der Vergangenheit vorstellen wollte und konnte. So gut wie nichts wurde akzeptiert. Nichts, was anders war, hatte nur die Spur einer Chance.Aber immer mehr Systeme akzeptieren Umstände, die noch vor kurzer Zeit nicht denkbar gewesen wären, wenn – ja wenn – das Ergebnis stimmt. Diese Art von Akzeptieren muss man erst erlernen. Man muss lernen zuzulassen. Nur weil man es selbst nicht so gemacht hat, heißt das nichts mehr. Nur weil man es nicht kennt, ist das kein Maßstab dafür, wie es gemacht wird.Man muss sich von Ansichten trennen. Man muss sich von Urteilen und Vorurteilen trennen können. Man muss bereit sein, das erlernte und gelernte in Frage zu stellen. Man muss lernen zu akzeptieren, dass es nicht nur einen oder den einen Weg gibt, sondern eine Vielzahl von Wegen, von denen man selbst noch nie etwas gehört hat.„Das haben wir doch immer so gemacht“ gehört der Vergangenheit an. Die Ruhe der Vergangenheit, dass man einmal was ge- und erlernt hat und dasselbe ein Leben lang so machen kann, ist vorbei. Vorbei die Ruhe und die Stille. Alles ändert sich, ständig und schneller. Alles. Das gilt es zu akzeptieren. Immer wieder alles bereitwillig zu hinterfragen und neue Möglichkeiten zuzulassen, stellt einen entscheidenden Erfolgsfaktor für die Zukunft da. Die Richtung ändern können, ist eine erstrebenwerte Fähigkeit. Die Bereitschaft, an nichts festzuhalten, was sich nicht lohnt, auch. Somit sind wir in Zukunft nie fertig, nie angekommen sondern immer im Wandel. Wir werden Konstellationen akzeptieren lernen, die für uns aus heutiger Sicht unvorstellbar sind. Ist der Zeitpunkt gekommen, erscheinen sie uns völlig normal. Das Wachstum ist nicht mehr das Ziel sondern die Wandlungsfähigkeit. Wer schneller akzeptieren kann, kann sich besser darauf einstellen. Er gewinnt Zeit. Somit gewinnt er Vorsprung. Alle, die das nicht können, verlieren - wichtige Zeit und wichtigen Vorsprung. So einfach kann es sein, wenn man es akzeptiert. Der Blick gilt der Leistung und dem daraus resultierenden Ergebnis. Somit ist im Umfeld einer solchen Produktivität alles zu akzeptieren, was dies ermöglicht. Und es ist nichts zu akzeptieren, was diesen Zielen nicht hilfreich oder dienlich ist.In Krankenhäusern kommt man mehr und mehr dahinter, das Heilung Recht hat: Was heilt, hat Recht. Somit lernen Schulmediziner all das zu akzeptieren, was neben deren Fähigkeiten noch alles dazu dient, um eine Krankheit zu heilen. Das Spektrum der zu berücksichtigenden Aspekte ist groß und größer als die Schuldmedizin lange Zeit zu akzeptieren bereit und im Stande war. So ist Geruch ebenso ein Aspekt wie Musik, Akustik, was ein kranker Mensch am Leibe trägt, wie sein Tagesrhythmus aussieht. Die Umwelt, die um eine Krankheit geschaffen wird, kann eine zusätzlich heilende Wirkung haben. Und immer mehr Aspekte kommen dazu, die es gilt zu akzeptieren. In der Politik begegnen wir demselben Umstand. Die Farben verändern sich und kommen in immer neuen Konstellationen zusammen. Neue Farben gesellen sich dazu. Bestehende verändern den eigentlichen Farbton. In Kunst. In der Kultur. Überall muss die Gesellschaft lernen zu akzeptieren, dass es auch anders geht.Und zwar besser.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:42

Montag, 21. April 2008

Theorie. Planung. Strategie. Prüfen.

Am liebsten bin ich tätig. Arbeite kreativ, konzeptionell oder schreibe. Meine Leidenschaft ist wesentlich vom Machen geprägt. Theorie kann ich nur in Maßen ertragen, wie auch Debattieren. Schnelle Entschlüsse, die fließenden Übergang in die Umsetzung finden, kommen meinem Naturell wesentlich näher. Nichts ist schöner und befriedigender für mich, als eine Idee Wirklichkeit werden zu sehen. Und daran mitwirken zu können. Zu dürfen. Wenn andere noch prüfen, sich hin und her wiegen, das für und wider abwägen, kratze ich schon mit den Hufen. Wann geht es endlich los?Mein Gefühl sagt mir, dass man zuvor nicht alles durch- und überdenken muss, da es sich in der Realität oftmals als sehr fehlbar rausstellt. Sondern alles wird erst klar und schlüssig beim Machen. Da erkennt man dann die Stärken und Schwächen von Ideen. Vorher muss die nötige Intuition und Erfahrung ausreichen, um nicht ganz in die falsche Richtung zu zielen. Alles andere kommt von selbst. Einige, bis viele Menschen kommen mit einer solchen Einstellung nicht klar. Die brauchen absolute Klarheit. Die wollen vorher exakt wissen, was nachher rauskommt. Auch wenn dem nie so ist.Das Gefühl brauchen sie. So wird jede Ecke und Spalte einer Idee be- und ausgeleuchtet. Alles wird wieder und wieder überdacht, geprüft und optimiert. Bei einem solchen Vorgehen werde ich wahnsinnig. Da kann ich nicht mehr still sitzen, denn mein Gefühl sagt mir, dass ich nichts gewinne sondern nur verliere – kostbare Zeit und noch kostbarere Lust.Nichts törnt mehr ab, als nicht loslegen zu dürfen. Und alles immer und immer wieder theoretisch zu prüfen. Man fliegt ja nicht zum Mond. Und sogar dabei würde ich mal behaupten, sind viele Aspekte erst beim Machen entstanden. Das System zwingt mich geradezu die Füße still zu halten. Wie oft bin ich in Gedanken schon viel weiter, als die eigentliche Planung. Aber geholfen hat es mir nicht, eher geschadet. Denn ich glaube, die Menschen befürchten immer, die Ideen wären nicht ordnungsgemäß bedacht, überdacht und durchdacht. Dabei stimmt das nicht, sondern mir genügen weniger Hinweise, um trotzdem zu erkennen, wo es lang geht. Ich benötige die ganzen Sicherheiten nicht, um loszulegen. Ich brauche keine schriftlichen Gründe, Beweise und Bestätigungen für das, was ich schon weiß. Aber so sind nun mal die Spielregeln. Daher halte ich weiterhin so gut es geht die Füße still.Mensch fällt mir das schwer.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 15:47

The mood

Die Stimmung, Atmosphäre beeinflusst das Geschehen. Jeder Prozess der von und mit Menschen begleitet wird, findet in einer Atmosphäre statt. Die kann vergiftet sein, voller Bedenken, Angst, Befürchtungen, Politik, Hierachie. Eine schlechte Atmosphäre bringt nur mäßige Ergebnisse zum Vorschein.Wer die Atmosphäre so positiv beeinflussen kann, dass Lust, Ideen, Leidenschaft, Einfälle, Meinungen, Mut, Entscheidungen fließen können, so dass alle regelrecht mitgerissen werden, der bekommt immer mehr, als man und alle gemeinsam erwarten konnten.Die Menschen bringen sich sinnvoll ein, wenn sie sich dazu aufgerufen fühlen. Sonst nicht. Sonst taktieren sie, um nicht getroffen, beschossen oder sogar abgeschossen zu werden.Die meisten Meetings in Unternehmen haben keine sehr förderliche Atmosphäre. Dabei kann man diese schnell auf produktiv umstellen. Zwei Wesensmerkmale für Meetings und deren Atmosphäre sind tödlich. Erstens: Der Diktator. Zweitens: Der Demokrat. Der eine lässt nichts zu und nichts gelten, der andere lässt alles zu und alles gelten. Somit muss man, um die beste Atmosphäre zu schaffen, das Gleichgewicht zwischen diesen beiden Extremen finden. Oder je nach Zusammensetzung mehr in die eine oder andere Richtung tendieren. Man muss lernen, die Kultur einer passenden Atmosphäre zu erzeugen. Denn der Mensch ist abhängig von seiner Umwelt und verhält sich entsprechend. Das vergessen die meisten.Also, lassen Sie sich nicht die Stimmung versauen.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:29

Freitag, 18. April 2008

Word of Mouth

Mir glaubt ja – fast – Keiner. Aber wenn es in der Zeitung steht dann vielleicht. Schon vor über einem Jahr habe ich prophezeit, dass Empfehlungsmarketing zu einem festen, wichtigen und großen Bestandteil im Marketing wird. Die Gründe lagen und liegen dafür auf der Hand. MyWhitelist baut auf dieser Entwicklung auf. Da kann man nur hoffen, dass der Umbau bald vonstatten gegangen ist. Denn der Trend kommt der Idee mehr als entgegen.

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 18:55

Der Balkongrill ist – endlich da – und er hört auf den Namen Bruce

Der Balkongrill Bruce Über 2.000 Jahre hat es gebraucht: Nicht um Menschen auf oder hinter den Mond zu schießen - nein, um Feuerstellen auch da anbringen zu können, wo man sie ebenso dringend braucht. Ich müsste raten, wie vielen Menschen das Grillen bis Dato verübelt wurde, weil ein Grill auf dem Balkon unpassend schien. Doch nun das. Telefonieren kann man sogar auf dem Klo, oder oben auf dem Berg, oder unten am See. Aber grillen auf dem Balkon, war bis Dato Fehlanzeige. Bruce ist da. Der Balkongrill. Sieht auch noch richtig gut aus und kostet zum Glück nicht die Welt. Wie geil ist das denn? 24.987.333 Bürger dieses Landes, kommen nun von der Arbeit nach Hause, machen es sich auf dem Balkon gemütlich, reißen ein kühles Bier auf und grillen in den Sonnenuntergang. Kein Gedränge mehr am Baggersee, oder Verbotenes Tun am Flussufer. Grillen ist erst jetzt wirklich für alle da. Bruce macht es möglich. So witzig ich den Namen Bruce ja auch finde, aber „B“ wie Balkongrill hätte ich besser gefunden, damit jeder auch Bruce den Balkongrill besser findet. Man kann ihn fast überall im Internet kaufen, aber auch im Handel. Man stelle sich nur mal vor, der Balkongrill ist da und keiner hat auch nur einen blassen Schimmer davon. Was für ein Verlust an Lebensqualität. Da kann man jetzt die Uhr nach stellen, wenn das erste Bruce Kochbuch raus kommen wird. Auf die Balkonpflanzen kommen jetzt schwere Zeiten zu, denn da hängt schon Bruce herum. In Edelstahl. Die TV Kochprofis, die Frau Hermann - 38 Jahre, verheiratet, zwei Kinder, aus Duisburg - auf dem Balkon besuchen. Der Hammer ist aber das Format, das viel praktischer ist als diese ganzen runden Grills. Denn wie legt man die Würstchen ab – im Kreis?! - oder hintereinander?! Natürlich hintereinander! Die Länge macht es auch hier.Der Balkongrill wird sicher ein fetter Erfolg. Denn nach der Waschmaschine, der Spülmaschine und der Kaffeemaschine ist es wohl die wichtigste, sinnvolle Erfindung der Menschheit – die das Leben schöner und einfacher macht. Wer das von seinem Handy, Auto oder Computer behauptet, der lügt. Also, Bruce für einen selbst kaufen oder kaufen und verschenken. Oder wenigstens weitersagen: Bruce ist da – Der Balkongrill. Grüße vom Grillmeister, der leider alles hat, nur keinen Balkon - mehr. So ein Mist. Wie gerne hätte ich jetzt einen Balkon, wie die Jahre zuvor. Aber nein, ich ziehe um in ein 100% balkonloses Haus und dann erfindet einer Bruce. Das geht doch nicht mir rechten Dingen zu – oder? Da soll noch mal einer sagen, Blogger wären nicht käuflich. Nein, ist für einen guten Freund und ein echt gutes Produkt.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 12:33

Jetzt alle! Die Wahl des Blog-Logos 2008 steht an - gebt der 77 eine Chance

Letztes Jahr war ich so ziemlich Letzter. Somit würde ich dieses Jahr gerne ein paar Plätze gut machen. Da man sich selbst nicht wählen kann und alle Anderen auch nur eine Stimme abgeben können, würde ich mich freuen, wenn Ihr kurz da mal rüber schaut und der 77 zum vorletzten Platz verhelft. Danke!Ich gebe ja zu da sind viele echt Schöner, aber viel Besser?

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 08:00

Web 2.0 Demokratie

Gerade ist es mir wieder aufgefallen! Da beklagt sich in einem Diskussionsforum ein Teilnehmer, dass er es nicht gewöhnt sei, dass seiner Aussage widersprochen werde, weil normalerweise für seine Statements viel Geld bezahlt würden. Ja hallo? Das ist doch genau die Stärke des web 2.0. Hier werden Statements nach dem beurteilt, was sie

aussagen, nicht nach dem, von welcher Position sie kommen. Was wäre denn demokratischer als das?Das bringt mich doch wirklich mal zum Nachdenken über das aktuelle Kommunikationsklima in durchschnittlichen deutschen Unternehmen. These 1: Die Person mit der jeweils höheren Position in einer Hierarchie bekommt das „ius primae linguae“, das Recht der ersten - und meist auch langen - Rede. These 2: Unterstellt wird zudem, dass das, was vom Erstrhetoriker gesagt wird, richtig sei.These 3: Untere Hierarchiestufen dürfen nur Statements abgeben, die das bestätigen, was zuvor vom Alpharedner gesagt wurde.These 4: Sagen Niedrighierarchierer etwas anderes, wozu sie der Vorturner generell auffordert („Ihre Meinung ist uns wichtig!“) müssen sie in Kürze schauen, dass sie in einer anderen Hierarchie klar kommen.These 5: Stellt sich im Nachhinein heraus, dass die Rede von Numero Uno falsch war, hat er das so nicht gesagt, gemeint oder in einem anderen Zusammenhang gesprochen. Außerdem muss man sein Statement wahlweise „pauschaler“ oder „individueller“ betrachten. Auf jeden Fall muss die nächst niedrigere Hierachie-Ebene schauen, dass sie bald ein neues Angebot annimmt.These 6: So ausgebildet, nimmt sich der durchschnittliche Verkäufer eines solchen Unternehmens im Kundenkontakt ebenfalls das „ius primae linguae“, mit dem Ergebnis, dass sich der Interessent als ungeeignet für das Unternehmen erweist.Reine Satire? Beobachten Sie mal Ihr eigenes Kommunikationsverhalten. Checken Sie Ihre Umwelt. Analysieren Sie unsere Medien, unsere Foren und die immanenten Multiplikatoren. Mein Vorschlag dazu: Machen wir uns auf die Reise, echtes Interesse am Mitmenschen zu erlernen. Fangen wir an, wirklich zu zuhören, wenn ein anderer spricht. Versuchen wir, dessen Meinung zu verstehen, ohne sie sofort mit unserer Auffassung kommentieren, widerlegen oder bestätigen zu müssen. Unterstellen wir einfach mal, dass unser Mitmensch in seinem Wahrnehmungshorizont Recht hat, in dem was er sagt. Und - last but not least - nehmen wir uns selbst nicht mehr so wichtig, sei es als Numero Uno oder als Red Candle.Reine Satire?

Geschrieben von Kai Falkenberg in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 07:54

Donnerstag, 17. April 2008

Abstand – Die unselige und unnötige stetig wachsende Distanz

Abstand halten. Es mausert sich zu einem immer größeren, negativen Einfluss zwischen den Menschen. Der zunehmende Abstand. Man distanziert sich, um nicht tangiert zu werden. Dabei ist dieses Tangieren, die Berührung mit der Wirklichkeit anderer Menschen eigentlich ziemlich wichtig. Denn wenn man das Leben der Anderen nur noch aus Beschreibungen, vom Lesen, oder aus dem Fernsehen kennt, dann kennt man eigentlich nicht viel.Die Begegnung mit einem Menschen kann das eigene Leben verändern. Die Begegnung mit anderen Meinungen, die eigene Meinung revidieren. Aber wenn Distanz da ist, ist der Abstand zu groß, um eine Erkenntnis aus der Begegnung zu gewinnen. Das übersehen die Menschen und lassen die Distanz weiter anwachsen. Mir fällt das auf, wenn ich mich Flugzeug, im Restaurant oder in anderen öffentlichen Räumen bewege. Die Menschen schotten sich voneinander ab. Man unterhält sich nicht mit einem Unbekannten. Sondern man verhält sich so, dass man auch bloß nicht gestört wird. Man hat Kopfhörer auf. Ist versunken in sein Handy, oder einen Lesestoff. Man starrt in die Ferne.Anstatt ein angeregtes Gespräch mit einem Unbekannten zu führen, grenzt man sich ab. Um komischerweise kurz nach der Landung, noch im Bus vom Flugzeug zum Terminal, gleich zu Hause anzurufen und zu sagen: „Schatz, ich bin gelandet“. Dabei bewegt alle Menschen so viel, dass gerade aus der Begegnung mit dem Unbekannten ganz neue Sichtweisen und Ansichten entstehen könnten. Unlängst wartete ich auf einen Freund in einem Café. Am Nebentisch saß jemand auch alleine. Ich habe ihn gefragt, ob wir uns einfach mal so unterhalten sollen, oder ob er mir den Sportteil aus der Tageszeitung gibt. Er nahm das erste Angebot an. Und wir unterhielten uns über 30 Minuten sehr interessant. Er stellte aber fest, dass ihm so was noch nicht passiert sei und er selbst den Mut nicht aufbringen würde. Einfach jemanden anzusprechen. Ohne Vorder- oder Hintergründiges. Auch im Flieger oder im Zug mache ich häufig die Erfahrung, dass die Menschen darüber irritiert sind, dass sich jemand einfach nur so mit ihnen unterhalten will. Ich für meinen Teil habe gelernt, dass jede Begegnung die Chance mit sich bringt, von der Sichtweise eines Anderen zu profitieren. Und nichts ist interessanter als die Lebensgeschichten von Menschen, die man vorher noch nie getroffen hat und zu 99% nie mehr wieder sehen wird. Das verändert die Kultur und die Gestaltung des Gespräches enorm. Probiert es mal. Man trifft auf so interessante Geschichten, die einem selbst nie einfallen würden. Wenn ich meiner Frau davon erzähle, lacht sie immer und sagt: „Wen hast du denn da wieder kennen gelernt?“ Wer es schafft, die wachsende Distanzierung zu überwinden und anderen Menschen auch nur für 30 Minuten näher zu kommen, ich bin überzeugt, der erfährt auch Nützliches für sein eigenes Leben.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:23

Mittwoch, 16. April 2008

Gefangen im "Laberinth"

Die Summe interessanter, wesentlicher, wichtiger, notwendiger Informationen und Nachrichten ist leider begrenzt. Aber immer mehr Informationen/Nachrichten müssen an den Mann gebracht werden. Ob Informationen zu Produkten und Dienstleistungen. Informationen zur Lage der Welt und Mecklenburg-Vorpommern. Information zu Trends und Entwicklungen. Informationen von Interessengemeinschaften, Institutionen und Parteien. Informationen zum linken Knöchel eines beliebigen Fußballers. Zur Adoption eines Kindes. Alles, was sich bewegt oder auch nicht, ist im Prinzip eine Information.Ähnlich wie unser vegetatives Nervensystem durchdringen immer mehr Informationen, quellen immer mehr Informationen, fluten immer mehr Informationen den Erdball. Wo früher eine einfache Information genügte – wie Hunger – und daraus ein Verhalten abgeleitet wurde – Essen – wird diese Information nun in alle Bestandteile aufgelöst. Und diesen werden noch Unmengen an Bestandteilen hinzugefügt, die man hinter der Information Hunger sicher nicht erwartet hätte. Aus einer einfachen Information werden so ca. 34.890.000 Informationen und wir reden gerade nur über Hunger. Da gibt es noch ein paar weitere wichtige Informationen, die sich explosionsartig in Milliarden weiterer Informationen aufgegliedert haben. Dabei hat sich auch noch die Informationsgeschwindigkeit so extrem vom Schneckentempo zur Lichtgeschwindigkeit gesteigert, dass die eigentliche Katastrophe nicht nur die Masse ist, sondern dass diese Masse auch noch mit Lichtgeschwindigkeit um den Erdball rast. Und das ist immer noch nicht alles. Die Träger, Verbreiter, Erfinder, Macher von Informationen haben sich im Zuge dieser Entwicklung auch explosionsartig vermehrt. Somit müssen auch noch ständig Informationen nachkommen – in der beschriebenen Masse und Geschwindigkeit – was zu neuen Verhaltensauffälligkeiten und Formen im Umgang mit Informationen führt, führen muss. Hinzu gesellen sich noch die Informationen zu Produkten und Dienstleistungen, deren Lebenszyklen immer kürzer werden und dass immer mehr Produktgenerationen in immer kürzeren Abständen aufeinander folgen.Die Absichten und Versprechen werden ständig anders und neu formuliert. Ein Brot. Ein Bio Brot. Ein Bio Mehrkornbrot. Ein tagesfrisches Bio Mehrkornbrot. Ein hausgemachtes tagesfrisches Bio Mehrkornbrot. Ein tagesfrisches hausgemachtes und nur aus natürlichen Zutaten aus dem unmittelbaren Umland bestehendes Bio Brot mit gesunden Ballaststoffen und vitaminreichem handgeschroteten Mehrkorn. Im Angebot – Brot des Tages: Das tagesfrische hausgemachte und nur aus natürlichen Zutaten aus dem unmittelbaren Umland bestehende Bio Brot mit gesunden Ballaststoffen und vitaminreichem handgeschroteten Mehrkorn....Somit stellt sich schon lange nicht mehr die Frage, welche 50% der Werbung funktioniert. Denn diese These beruht auf einer ganz anderen Voraussetzung, dem ruhigen fast besinnlichen Fluss von Informationen. Die Frage, die sich heute stellt, lautet, welche 0,5% der Werbung funktionieren überhaupt noch. Ist das Erhöhen und Vermehren von Informationen, so wie es alle machen, überhaupt noch zielführend. Die Redensart lautet ja auch: Affen machen alles nach. Von Menschen ist da nicht die Rede. Noch nicht. Somit komme ich für mich immer mehr zum Entschluss, dass mir die Marken, Informationen, Produkte und Dienstleistungen am sympathischsten erscheinen, die mir am wenigsten auf die Pelle rücken. Die weniger präsent, weniger laut sind, mit denen andere schon gute Erfahrungen gemacht haben. Ich behaupte mal, wenn eine Partei beim nächsten Bundestagswahlkampf hingehen würde – Und komplett auf Wahlwerbung verzichten würde. Die Informationsflut selbst eindämmen würde und das Geld in 1.000 sinnvolle Projekte aus deren Parteisicht investieren würde. Und im Internet alle weiteren Informationen für den Interessierten zur Verfügung stellen würde und nur das Projekt 1.000 bessere Ideen für eine bessere Zukunft dokumentieren würde. Und die Ideen alle relevanten gesellschaftlichen Bereiche tangieren würden, so dass aus der reinen Behauptung die sichtbare und erlebbare Umsetzung folgen würde – Ich denke, ich meine, diese Partei würde im 2-stelligen Bereich Zuwachszahlen erzielen. Und zwar mit Recht.Was hier nur ein Beispiel für die Politik ist, ist auf alle anderen Bereiche ebenso übertragbar. Einer muss nur den Anfang machen, dann werden die Affen alles nachmachen und die Menschen natürlich auch. Das wäre ein Weg raus aus dem Laberinth. Und für viele Firmen eine gute Chance.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 12:38

Sonntag, 13. April 2008

matera, basilikata, eine reise durch sueditalien

Am Anfang war die Höhle Ein Text von Karin Lochner

Die Stadt Matera liegt in der italienischen Provinz Basilikata. Das Merkmal der Stadt sind unzählige verschachtelte Höhlen. Obwohl Matera einzigartige Bauwerke und einen großen archäologischen Reichtum aufweist, kommen wenige Touristen in die ehemalige „Hauptstadt der Verbannten“. Der Schriftsteller Carlo Levi, setzte Matera und dem Mezzogiorno mit seinem berühmten Roman „Christus kam nur bis Eboli“ ein literarisches Denkmal. Noch heute, 60 Jahre später, ist ein Besuch in Matera wie ein Spaziergang durch ein lebendiges Geschichtsbuch.

Seit 1993 gehört die Altstadt von Matera zu den knapp 400 Plätzen unseres Planeten, die von den Vereinten Nationen als Weltkulturerbe geschützt werden. Wie Pompeji, Rom und Ravenna. Seither ist die Stadt wie aus einem jahrzehntelangem Dornröschenschlaf erwacht. Matera ist eine Höhlenstadt und seit Urzeiten bewohnt. Die Stadt war 1940, zu Zeiten Carlo Levis die Hauptstadt der vom Mussolini Regime verbannten Intellektuellen und Kritiker. Die Faschisten bauten eine Straße für Autos und ließen ansonsten die verarmte Bevölkerung in Ruhe. Tausende von Höhlenwohnungen mit zwanzigtausend Einwohnern in katastrophalen hygienischen Verhältnissen machten Matera damals weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannt. Es gab es keine Elektrizität, keine sanitären Anlagen, keine Privatsphäre. Die Kindersterblichkeit war so hoch, dass Kinder erst mit 3 Jahren registriert wurden.

Die Hölle Dantes

Die Erwachsenen litten an Malaria und Rheuma, die Kinder unter Läusen und Ruhr. In „Christus kam nur bis Eboli“ schreibt Carlo Levi aus dem Blickwinkel des intellektuellen Arztes und Künstlers aus Norditalien: Sie sind so, wie wir uns in der Schule die Hölle Dantes vorgestellt haben. Ich habe noch nie ein solches Bild des Elends erblickt. Es wirkte auf mich, als wäre ich in der blendenden Sonne in eine von der Pest heimgesuchte Stadt gekommen. Rosario Liberatore, 55, gehört zur letzten Generation, die ihre Kindheit in den Höhlen, den Sassi, verbrachten: „Unterm Bett schliefen die Hühner, oben an der Decke schaukelten die kleinen Geschwister in Hängmatten. Alle Familienmitglieder lebten in einem einzigen Raum. Menschen und Tiere.“ Er blickt auf eine schräge Felswand, an die sich Dutzende von Höhlenwohnungen schmiegen. Eine der Höhlen ist seine Geburtsstätte. „Ich hatte eine glückliche Kindheit in den Sassi. Alle waren arm. Alle mussten zusammen halten.“ Eine Wohnhöhle besteht aus einem einzigem Raum, der als Küche, Schlafzimmer, Vorratsraum und Stall diente. Auf einer Seite gab es einen Kamin. Wände und Decken waren rauchgeschwärzt. Auf der anderen Seite, vertieft, ein Auffangbecken für Regenwasser. Schon in der Jungsteinzeit entwickelten die Halbnomaden ein System, das Regenwasser in unterirdischen Zisternen zu sammeln. Eis und Schnee der kalten Wintermonate konnten bis in die warme Jahreszeit aufbewahrt und zur Kühlung verwendet werden. Rosario Liberatore erinnert sich an dieses ausgeklügelte System, das ein Leben ohne Kühlschrank ermöglichte. „Alles Haltbare wurde in Tontöpfen konserviert.“ Noch heute gelten die Höhlen als ideale Weinkeller. Licht, Luft und Leute kamen nur durch die Türe in den Wohnraum. Fenster gab es nicht. Seit drei Jahren gibt es ein Höhlenmuseum. Mit Töpferei, Korbflechtwerkstatt, Hufschmied und anderen anschaulichen Beispielen früherer Handwerkskunst. Sogar eine Taverne gibt es. Verstaubte Karten liegen auf dem Tisch, Weinflaschen und Becher stehen darauf. Alles ist authentisch aufgebaut, mitten in den Höhlen. Das Zeugnis unserer Ahnen steht unmittelbar im Raum. Vergangene Jahrtausende sind zum Greifen nah. Und doch waren genau diese Höhlen vor wenigen Jahrzehnten noch bewohnt. Vor wenigen Jahrzehnten und vor Tausenden von Jahren.

Seit Jahrtausenden bewohnt

Das größte und einzige seit Jahrtausenden bewohnte Altstadtzentrum der Erde wurde 1953 zu einem weltweit historischem Einzelfall: Ein Gesetz ordnete an, die gesamte Bevölkerung aus den Sassi in neu errichteten Stadtvierteln umzusiedeln. Die Höhlenbewohner trauerten der Romantik der Höhlen nach. In den ersten Jahren kamen sie nicht gut in den modernen Apartments zurecht. In der Badewanne züchteten sie Gemüse und die ungewohnte Einrichtung wurde zersägt, um Feuer zu machen. Manche hatten solches Heimweh nach den wenigen Kilometern entfernten Sassi, dass sie illegal zurückkehrten. In den 60er, 70er und 80er Jahren waren die Sassi bis auf diese Höhlenbesetzer verlassen und kamen immer mehr herunter. Der komplette Verfall drohte den historischen Höhlen. Die Wende kam erst 1993 als Matera zum Weltkulturerbe der UNESCO aufstieg. Die Elendsquartiere der Nachkriegszeit sind heute von Bauzäunen

umgeben. Betonmischer und Schubkarren flankieren Schuttcontainer. Leitern lehnen an den Wänden, Holzgerüste sind mit Ketten und Seilen am Tuffstein festgezurrt. Zwischen den Kleinbaustellen weisen eingerahmte Speisekarten und blitzende Messingschilder auf Restaurants, Rechtsanwälte und Softwarefirmen hin. Zwischendrin Miniaturvillas und Gärten mit Feigenbäumen. Alle Renovierungsarbeiten, die Materas alte Bausubstanz erhalten und Denkmalschutz pflegen, werden zum Großteil mit dem Entwicklungsfond der Europäischen Union finanziert. Eine Höhle nach der anderen präsentiert sich in sanierter Schönheit. Für Maurer gibt es noch mindestens ein Jahrzehnt Arbeit, bis Matera komplett renoviert ist.

Steinzeit

Die ersten Höhlen Materas entstanden in der Steinzeit. Der Meeresspiegel sank und hinterließ ausgehöhlte Tuffsteinwände. Sie boten den Menschen der Steinzeit hervorragenden Schutz vor stürmischen Winden, sengender Hitze, verheerenden Regengüssen und wilden Raubtieren. Der Mensch konnte die Naturkräfte nicht bezähmen. In den Höhlen Materas jedoch verstand er es bald, sich vor ihnen zu schützen. Er besaß zwei geschickte Hände und wusste sie mit Verstand zu gebrauchen. Hier konnte er Nahrung aufbewahren, Waffen herstellen, in Ruhe seine Kinder großziehen und das Feuer hüten. Matera war ein Grünwald des Paläolithikums, ein Filetstück prähistorischer Immobilienverhältnisse, der idealen Schutzmöglichkeiten wegen. Unten, in schwindelerregenden Tiefen fließt auch heute noch ein reißender und damals unüberwindbarer Bach, die Gravina. Rosario Liberatore reibt sich die Hände: „Da fingen wir Schlangen und Frösche.“

Jahrhundert für Jahrhundert

Jahrzehnt für Jahrzehnt, Jahrhundert für Jahrhundert, gruben die Bewohner weiter und schufen sich ihren idealen Wohnraum. Schaber, Stichel, Bohrer, Schalen, angeschlagene Steinwaffen und geschwärzte Holzstücke wurden aus den Grotten geborgen und gehören zu den ältesten Zeugnissen des homo sapiens. Hartgeklopfte Erdhaufen waren Betten und Tische. Mit natürlichen Nischen zur Lagerung der Vorräte hatte der Standort Matera die raffiniertesten Einbauküchen des Neolithikum. Umgeben von Heidekraut und Pinien entdeckten unsere Vorfahren an den Höhlen den Urknall des Wohnungswesens: Die negative Architektur. Sie höhlten den porösen Felsen aus. Es wurde einfach weitergegraben, wenn sich die Sippe oder der Bedarf an Raum vergrößerte. Dieses System gehört zu Matera wie die Erbinformation zur DNS. Wohnungen für Großfamilien, Einsiedeleien für fromme Mönche, Felsenkirchen oder pompöse Kathedralen – am Anfang wurde immer ausgehöhlt.

Gewirr von Gassen

Das Gewirr von Straßen, Gassen, Piazzettas ist heute behaglich und überschaubar. Die Fassaden der Höhlenwohnungen erheben sich von unten bis zum Gipfel des Hügels. Manche Fassaden springen hervor, andere sind zurückgesetzt, um Platz für eine kleine Piazza oder einen künstlich angelegten Garten zu machen. Auf engsten Raum schlängeln sich Straßen, die gerade so breit sind, dass ein Pferdefuhrwerk passieren könnte. Andere Straßen bilden zugleich die Dächer für die darunter liegenden Behausungen. Ein verschachteltes Labyrinth, ein ausgetüffteltes Steinmeer mit winzigen, aber üppigen Gärten und Balkonen und Terrassen, das sich erst auf den zweiten Blick als Wohnraum zeigt. Am eindrucksvollsten ist der Blick nach unten vom Hauptplatz. Auf der Città, dem antiken Herz der Stadt thront eine Kathedrale. Eine der 155 Kirchen von Matera. Hier begegnet man dem Auf und Ab aller Generationen. Schiuma, die erste Konditorei am Platz hat dienstags Ruhetag und ist geschlossen. Der gleichnamige Inhaber sitzt trotzdem in seinem steifen, speckigem Anzug mit Hut und Weste vor seinem Laden. Pomadisiert und parfürmiert empfängt er Besuch. Die Dämmerung war hereingebrochen, am Himmel flogen Raben, und auf der Piazza erschienen zu ihrer Abendunterhaltung die Honoratioren des Ortes: Sie gehen hier jeden Abend spazieren, bleiben stehen oder setzen sich auf das Mäuerchen und warten mit dem Rücken gegen die letzten Sonnenstrahlen auf die Abkühlung, wobei sie ihre billigen Zigaretten rauchen.

Archäologische Sensation

Rosario bläst sein Streichholz aus. Tief inhaliert er seine Zigarette. Mit den anderen Herren seines Alters lehnt er über ein Geländer, das die mittelalterlichen Reste einer Piazza, eines Tonnengewölbes und einer Kirchenruine abgrenzt. Die archäologische Sensation wurde zufällig entdeckt, als die Renovierungsarbeiten der Europäischen Union begannen. So viele Völker sind über dieses Land dahingezogen, dass man wirklich überall etwas findet. Antike Vasen, Statuetten und Münzen aus alten Gräbern kommen ans Licht. Die Herren um Rosario sind sich einig: „Wir haben so viel Kultur, da kannst du Rom vergessen!“ Ein anderer weiß: „Die Gegend war in antiken Zeiten, noch bevor Rom seinen Zenit erreichte, auf Grund seiner geografischen Lage der Marktplatz Europas.“ Matera ist so uralt, da war es im Laufe der Jahrtausende alles mögliche: eine blühende Stadt und ein Schandfleck. Selbst das Wetter ist etwas besonderes. Kühler als die umliegenden Provinzen. Das milde Klima und die fruchtbare Erde ermöglichen zwei Ernten im Jahr.

Filmkulisse

Rosario Liberatore träumt davon, hier einen Film zu drehen. Die Stimmung des Mezzogiorno, die Verlassenheit einfangen, die nach dem Zweiten Weltkrieg ganze Dörfer dazu bewogen hat, auszuwandern. Ihn eingeschlossen. Die Herrenrunde plaudert über die Vergangenheit. Als das Wasser mit Eimern von den wenigen öffentlichen Brunnen geholt werden musste. Dass die Kinder bis zur Pubertät alle barfuss liefen. Dass keiner überhaupt länger als drei Jahre zur Schule ging. Die schwarzgekleidete Herrenrunde nickt. Klar, dass sie als Statisten mitspielen, wenn der Film gedreht wird. Telefonnummern auszutauschen ist unnötig. Sie sind immer hier. Ein genicktes „Buona sera" noch. Dann schauen sie wieder den Palmen beim Wachsen zu. Rosario Liberatores befindet sich mit dem Filmprojekt in seiner Geburtsstadt in bester Gesellschaft. Pasolini drehte hier, Francesco Rosi, die Taviani Brüder und viele andere. Das Who is who des italienischen Filmls erlag bereits dem morbiden Charme der einzigartigen Kulisse.

Wenige Touristen

Auch die wenigen Touristen, die in Matera ankommen, geraten in den Sog der Magie. Sie erliegen dem Zauber der Höhlenstadt, wenn sie das enge Gassengewirr erkunden. Bleiben immer wieder ehrfurchtsvoll stehen. Mit einem verklärtem Ausdruck auf dem Gesicht erblicken sie die Aussicht, die schon die Urahnen hatten. Als die sich unsere Vorfahren immer sicherer fühlten, die Höhlen zu verlassen begann der zweite Bauabschnitt in der Bronzezeit. Es entstanden Terrassen als Vorderfront und Steingärten auf den Dächern. Obwohl es kein Grundwasser und keine Quellen gab, gelang es den Bewohnern von Matera schon vor Tausenden von Jahren fruchtbare und blühende Steingärten zu kultivieren. Trockenmauern grenzten Terrassen ein, die mit Erde und Humus ausgelegt wurden. Durch gezielte Bewässerung entstanden Gemüsegärten, Viehstallungen und Gemeinschaftsplätze (Vicinati). Eine Sippe definierte sich weniger über Blutsbande als über den Vicinato, um den herum das Leben sich abspielte. Der gemeinschaftliche Raum wurde gehegt wie ein Zen Tempel. Noch heute gibt es diese kleinen, gepflegten Gärten zwischen den Höhlen. Rosario kratzt sich am Kopf: „Verglichen mit heute, war das Leben einfach. Keine Kühlschränke, keine Fernseher, keine Autos." Er schwärmt: „Abends saßen wir zusammen und sangen oder organisierten den nächsten Tag." Das Leben war über Jahrhunderte gleich. Es war beengt, aber einfallsreich. Der Mangel an Ressourcen, die daraus folgende Notwendigkeit, diese gemeinschaftlich und auf optimale Weise zu nutzten ermöglichten die beispielhafte Struktur dieser Siedlung.

Goldenes Zeitalter

„Der Mensch war nicht darauf bedacht, sein Umfeld zu seinem persönlichen Nutzen auszubeuten sondern versuchte mit den knappen Ressourcen hauszuhalten." Pietro Laureano, Autor eines Buches über Matera sieht die Einziartigkeit in dem Gemeinschaftsgefühl, das die Höhlen den Menschen abverlangten. Es erscheint wie ein Abglanz eines fernen goldenen Zeitalters. Die passive Brüderlichkeit, dies gemeinsame Leiden, diese resignierte, allgemeine, jahrhundertealte Geduld ist das tiefe Gemeinschaftsgefühl der Bauern, ein nicht religiöses, aber natürliches Band.
Als das klösterliche Leben im Mittelalter aufblühte, wehte ein frischer Wind über die archaischen Strukturen, in der die einfache Bevölkerung ihre Sicherheit fand. Auf dem kleinem Raum in Matera und um Matera herum fanden mehr als 20 Kulturen ihre Heimat und lebten fast durchwegs friedlich miteinander. Jahrhunderte nach dieser Blütezeit wurde die Höhlenstadt sich selbst überlassen und ab Anfang des 18. Jahrhunderts von den Feudalstrukturen Süditaliens geschluckt. Dennoch fanden die Materaner ihre Identität und ihren Stolz als Höhlenmenschen. Noch heute gibt es griechische, arabische, spanische, jüdische, etruskische frühchristliche und sogar heidnische Bräuche und Mahlzeiten. Diese Gerichte gelten als kulinarische Spezialitäten. Matera und die Provinz Basilikata wurden Schmelztiegel all dieser Kulturen.

Spezialitäten

Über die „Via della beccerie" legt sich der Geruch nach Rosmarin und gegrilltem Fleisch. Im Mittelalter war es die Gasse der Metzger. Einen letzten Metzger gibt es noch zwischen einer Kunstgalerie und einem Eine-Welt-Laden. Manchmal macht er die arabische Spezialität „Gnemurielli". Innereien werden mit Lorbeer und Rosmarin kunstvoll umwickelt und auf Spießen über dem Holzkohlegrill geröstet. Das Arme Leute Gericht stand schon vor tausend Jahren auf der Speisekarte. Der Geruch der röstenden Fleisches und der graue Rauch zogen durch das Haus und auf die Straße als Verkünder einer barbarischen Leckerei. Viele Kreuzritter blieben auf dem Hin- oder Rückweg aus dem Heiligen Land in der Höhlenstadt. Viele Klausen und Klöster wurden gegründet. Die religiösen Zentren, Klöster von Nonnen und Mönchen und Pfarreien entwickelten sich zum Ausgangspunkt des städtischen Lebens.

Felsenkirchen

Der heilige Franziskus kam 1218 nach Matera. Die ihm geweihte Kirche ist beispielhaft für die 155 Kirchen um Matera.

Aus dem 13. Jahrhundert stammend, wurde sie im 17. Jahrhundert einer kompletten Veränderung unterzogen. Ganz tief im Inneren gibt es die Felsenkirche Peter und Paul, die Urzelle. „So hat jede Kirche in Matera eine Urzelle.“ Franco Palombo ist Kulturreferent und organisiert jedes Jahr eine Skulpturenausstellung in der Felsenkirche „Maria della Virtù“ aus dem 13. Jahrhundert. Erst war sie Zufluchtsort für Christen, später Kloster, dann wurde sie wieder erweitert und vergrößert und als Kirche genützt. „Maria della Virtù“ ist ein eindrucksvolles Beispiel für die wechselvolle Geschichte der Jahrhunderte. Ausstellungsräume sind die verschachtelten Höhlen. Das historische Ambiente könnte allenfalls in der Altstadt von Jerusalem überboten werden. Franco Palombo steht im Gewölbe und breitet die Hände aus, während er die Räume erklärt. Sich den 70-jährigen, der während der Ausstellung 3 Monate lang Hausherr der Kirche ist, als mittelalterlichen Abt vorzustellen, ist leicht. Rosario Liberatore und Franco Palombo kennen sich von früher, als Matera noch keine Kulisse für Stars und Künstler war. Die Kinder Franco und Rosario mussten mitarbeiten, um ihre Familien durchzubringen. Franco konnte deshalb nicht studieren, Rosario nur zwei Jahre zur Schule gehen. Er sagt: „Mit acht hatte ich mein erstes Geschäft, Maroni verkaufen!“ Rosario Liberatore holt seine Zigarettenschachtel aus der Hosentasche. Franco Palumbo schaut mit schmerzverzerrtem Gesicht auf das „Vietato fumare“ (Rauchen verboten) Schild. Rosario legt den Kopf schief: „Mein einziges Vergnügen. Ich rauche seit ich die Autobahn Köln – Bonn baute.“ Franco Palombo lächelt milde. Seit Generationen wanderten hier die Leute aus. Heimatlose und Entrechtete, die in der Armut und den verkrusteten Feudalstrukturen der alten Heimat keine Chance für sich und ihre Familie sahen.

Mezzogiorno

Zwischen den Weltkriegen gab es im Mezzogiono Dörfer, wo nur noch Frauen, Kindern und Greise lebten. Auch Rosario Liberatore verließ die Heimat, um sein Glück zu machen. 1953, als die Sassi evakuiert wurden, kam er als Gastarbeiter nach Deutschland. Ein Sieger in der Schlacht der Auswanderer lebte herrlich und in Freuden. Der wahre Wert des Geldes aber bestand darin, dass er es nicht durch Arbeit, sondern Geschicklichkeit verdient hatte. Der Baubranche kehrte er bald den Rücken und nach einigen Jahren als Kellner eröffnete er einen Feinkostladen in München. Manchmal tritt er als Gastschauspieler in deutschen Filmproduktionen auf. „Meistens wolln se mich als Bösewicht.“ Franco Palombo wedelt den Rauch mit der Hand weg. Rosario Liberatore entdeckt das Schild mit der durchgestrichenen Zigarette und bläst den Rauch aus den Nasenlöchern. „Is nur für Nichtraucher. Schau da nicht hin.“ Dann schwelgen Franco Palombo und Rosario Liberatore wie alle, die in den Höhlen aufwuchsen, von der guten, alten Zeit. Alle waren arm, alle hielten zusammen. Keine Autos, keine Schuhe, kein Geld. Aber alle waren geborgen und getragen von der Gemeinschaft in der Höhlenstadt. Dennoch sind sie sich einig, dass Matera nur gerettet werden konnte, weil die historischen und architektonischen Schätze von den öffentlichen Gelder profitieren, mit der die Renovierung voranschreitet. Auch das Hotel Sassi, einziges Hotel mit gehobenem Standard mitten in den Höhlen wurde mit Hilfe des Entwicklungsfonds der EU realisiert. Raffaele Cristallo, der Hoteldirektor ist stolz, in allen 17 Zimmern einen grandiosen Blick auf die Felsen und Höhlenstadt bieten zu können. Touristen gibt es zu seinem Bedauern aber noch zu wenige. Die einzige fremdsprachige Zeitschrift, die sich in der Stadt auftreiben lässt, ist ein improvisierter japanischer Stadtführer. Raffaele Cristallo zwinkert und Schalk bildet viele kleine Falten um seine grauen Äuglein: „Die Japaner finden überall hin!“

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 18:18

Freitag, 11. April 2008

Resozialisierungsprogramm für Top-Manager

„Höchste Zeit“ denken jetzt sich viele. Ich auch. Man kann es kaum noch mit ansehen, wie sehr Top-Manager von der Spur abkommen. Eine Entwicklung, die bedrohlich erscheint, denn immerhin liegt unsere Wirtschaft in deren Händen. Also müssen wir uns auch kümmern. Der klassische Top-Manager kann so gut wie alles, aber nichts mehr selbst. Wie auch. Es wird ihm fast alles abgenommen und den Rest delegiert er weiter. Bei einer Fehlfunktion des Druckers ist er hilflos und bestellt einen neuen, anstatt einfach Papier nachzulegen. Müsste er eine Firmenreise selbst buchen, würde er seinen Schreibtisch bis auf weiteres nicht mehr verlassen. Seine sozialen Kontakte verkümmern, denn er sieht so gut wie nie seine Familie. Echte Freunde kennt er nicht. Somit stumpft der Top-Manager zusehend ab. Der Tribut an die geforderte Flexibilität macht Meinungen und Entscheidungen unmöglich. Seine Beziehung zu den Unternehmen, in denen er verweilt, kann man nur als oberflächlich bezeichnen. Er hat schon Mühe, sich den Firmennamen zu merken, in der er gerade zur Untätigkeit verdonnert wurde.Längst hat ihn das System zu einem Business-Söldner verkommen lassen. Beziehungen und Gefühle sind da nicht angebracht. Heute hier, morgen dort. Die Verhaltensauffälligkeiten des Top-Managers werden immer merkwürdiger. Der Drang, Grenzen zu überschreiten, die man besser nicht überschritten hätte, wird immer größer. Viele seiner Verhaltensweisen muss man als asozial beschreiben, denn die Auswirkungen seiner Untätigkeit und seiner Einstellung zu den Dingen läßt keinen anderen Schluss zu. Aber auch hier ist der Top-Manager nicht der Täter, sondern das Opfer. Er ist das, wozu die Gesellschaft ihn gemacht hat. Er kann nicht anders, denn er weiß es nicht besser.Somit wird es Zeit im großen Stil die Top-Manager wieder einzufangen und zu resozialisieren. So, dass sie ein funktionierender Teil unserer Gesellschaft sind. Sie müssen wissen und lernen, welche Auswirkungen ihr Verhalten hat. Und man muss ihnen Schritt für Schritt das Gehen in einer Gesellschaft wieder beibringen.Denn der Top-Manager entfernt sich sukzessive von seiner eigenen Gesellschaft. Das fügt ihm und der Gesellschaft nur Schaden zu. Zudem wird das kriminelle Potential immer größer, je größer die Distanz zu der Gesellschaft wird, in der er agiert. Deshalb fordere ich ein umfangreiches Resozialisierungsprogramm für Top-Manager - ganz im Ernst - denn die Lage ist schon schwer genug. Der Manager muss ein sinnvolles akzeptiertes Mitglied unserer Gesellschaft werden. Das bringt schon seine Position mit sich. Die Verbindung zu dem, was wirklich wichtig ist, muss wieder hergestellt werden. Sonst erleben wir weiterhin in nicht absehbarem Ausmaß unser wirtschaftlich blaues Wunder. Aber wie gesagt, sie sind nicht Täter sondern Opfer falscher Ziele. Somit bringt uns die Schuldfrage nicht weiter sondern nur die Auflösung des Problems. Ein Herz für Manager? Oder doch eher: Der Manager ist auch nur ein Mensch. Du bist Manager. Gib einem Manager deine Hand. Mensch Manager...Seminare:1. Daddy Cool: Ich bin dein Vater - Top-Manager erklären ihren Kindern, wer sie sind.2. Der Chef mein Freund: Manager lernen die Namen ihrer Mitarbeiter auswenig.3. Das schaffe ich schon selbst: Manager machen selbst Kaffee und buchen eine Reise.4. Hallo ich bins: Manager rufen alte Freunde an und treffen sich mit denen.5. Darf ich mal?: Manager gehen in die Produktion und packen mit an oder gehen in den Vertrieb und fahren mal mit.6. BDE-Spiel: Manager lernen Bitte, Danke und Entschuldigung zu sagen.7. Nein-Danke-Seminar: Manager haben genug und lernen auch mal "Nein, Danke" zu sagen8. Wer, wie was?: Manager müssen selbst ihren Mitarbeitern erklären, was sie eigentlich den lieben langen Tag lang machen.9. Oben ohne: Manger müssen ohne Krawatte ein Meeting besuchen.10. Überraschung: Manger kommen mal früher nach Hause.11. SWDDUMWDS: Sag was du denkst und mach was du sagst Seminar.Das müsste erst mal reichen. Ach einen habe ich noch:12. Kannst du haben: Gib deine Stadionkarte, wenn du die eh nicht benutzt, doch einem Mitarbeiter weiter.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 17:43

Mittwoch, 9. April 2008

Kochkultur

Gemeinsam: ausdenken, aussuchen, abstimmen, auswählen, einladen, einkaufen, kochen, essen, zusammen sitzen, aufräumen... Die eigentliche Kultur des Essens liegt im Kochen begründet - nicht im Essen. Das Kochen ist der wichtigere Teil. Erst die Zubereitung von Mahlzeiten stellt die wichtige Verbindung zur Gemeinschaft, zur Nahrungsmittelkette, zu allem möglichen her. Wer Essen geht, dem fehlt dieser wichtige Teil. Wer sich nur bekochen lässt dem auch.Somit ist auch die Zeit der Zubereitung wichtig. Kochen kann oder soll eben dauern. Dinge brauchen ihre Zeit. Das vergisst oder übersieht man, wenn man selbst nicht kocht.Daraus entstehen diese unerträglichen Menschen in Restaurants, denen es nie schnell genug gehen kann. Die gemeinsame Zeit um das gesamte Ritual des Kochens ist einer der wichtigsten kulturellen Bestandteile der Menschen. Würden die Menschen mehr miteinander kochen und essen, gäbe es auch diese Mengen von Essstörungen nicht. Zudem wären die Menschen ausgeglichener, freundlicher. Der Gemeinschaftssinn wäre wesentlich ausgeprägter. Also kann man durch die Kultur des miteinanders kochens nur gewinnen. Wer das nicht macht, kann kulturell gesehen nur verlieren. Denn die Welt derer, die nicht miteinander kochen, teilt sich auch in zwei Welten, die einen kochen und die anderen essen. Diese beiden Welten treffen aber nicht aufeinander. Die einen verschwinden in Küchen, die anderen sitzen am Tisch. Schicken sie mal jemanden, der nur essen geht, in den Garten, um Rosmarin abzuschneiden. Sie werden sich wundern, mit was der zurückkommt. Somit weicht der gesamte Vorgang der Zubereitung einem wesentlichen Teil der Esskultur, dem Essen. Aus diesem Grund kann man beobachten, wie in den kulinarischen Tempeln die Formen der reinen Esskultur immer absurdere Zustände einnehmen. Ohne Zubereitung fehlt offensichtlich etwas. Das muss kompensiert werden. Bei einem Blick auf den Teller muss einem erst mal einer erklären, was sich da findet - an...unter...über..bei...Den Verlust der gemeinsamen Zubereitung von Mahlzeiten sehe ich als einen zentralen Verlust unserer Kultur an. Denn hier werden die Gespräche geführt, die einen weiterbringen. Hier wird das Prinzip „Wir“ erlebbar. Hier schafft die Gemeinschaft wesentlich mehr, als der einzelne im Stande gewesen wäre zu leisten. Hier kommen unterschiedliche Menschen zusammen bis hin zu unterschiedlichen Generationen. Hier wird Bildung weitergegeben, werden Erfahrungen ausgetauscht. Hier zählen Fähigkeiten und Bereitschaft. Ich z. B. bin ein perfekter Wegräumer und Schnippsler. Fast unbemerkt tänzle ich um die Kochenden herum und versorge diese mit Kochwein und räume alles weg, was nicht mehr gebraucht wird. Wenn die mit dem Kochen fertig sind, sieht die Küche so aus, als ob keiner gekocht hätte. Zudem bin ich ein guter Tischdecker, Abräumer und Aufräumer. Aber meine Fähigkeiten als Schnipplser werden auch oft benötigt. Ich mache alles klein, in Scheiben und Würfel oder wie auch immer. Ich stehe gerne an der Spüle und mache noch die Weingläser sauber. Oder räume die letzte Spülmaschine ein. Gemeinsam: ausdenken, aussuchen, abstimmen, auswählen, einladen, einkaufen, kochen, essen, zusammen sitzen, aufräumen...

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:41

Dienstag, 8. April 2008

Wofür eigentlich?

Dagegen sein, egal gegen was, ist viel einfacher als dafür sein und Teil unserer Kultur. Wir wissen genau, wogegen wir sind. Wir sammeln Argumente und pflegen Vorurteile, wenn es gegen etwas geht. Die meisten Diskussionen werden auf der Basis wogegen geführt. In der Politik wissen alle sofort, wogegen sie sind. In der Wirtschaft wissen alle, wogegen wir uns schützen müssen. Unsere gesamte Gesellschaft ist ein dagegen-Entwurf. Uns wird ständig beigebracht, wogegen wir sein sollen, wogegen man sein muss. Wir sind gegen viel und vieles. Die Positionen des dagegen sind schnell bezogen. Die Medien steuern ihren Teil zum dagegen sein bei. Sie feuern das dagegen sein an, wo sie nur können.Ständig wird uns die Gewissensfrage gestellt: Du bist doch dagegen? Oder etwa nicht? Alles, was wir politisch wählen, ist maßgeblich gesteuert vom dagegen sein. Unser ganzes Verhalten bezieht sich oft auf die einfache Formel: Gegen etwas sein.Ich bin gegen etwas, kann jeder sofort, ausführlich, voller Temperament und in epischer Breite und Länge beantworten. Ohne Punkt und Komma. Dabei stellt sich doch nur eine Frage: Wofür? Wenn man das dagegen austauschen könnte in ein wofür, dann wäre es sicher besser um alles und uns alle bestellt. Denn das eine verhindert nur, schafft dabei aber nichts Neues oder Anderes. Es richtet sich nur am Verhindern aus. Das dagegen stoppt nur. Und dann bleibt dieses Nichts, diese Leere. Ein konsequentes wofür hingegen würde schaffen, produzieren, erzeugen, entwickeln, gestalten, machen.Also, wofür bist Du?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:22

Montag, 7. April 2008

Kleine Umgangskontrolle

Mir ist seit längerem aufgefallen, dass viele Menschen ein sehr enges und inniges Verhältnis vor allem zu Dingen haben, durch die kein Blut fließt. Die keine Tränen vergießen. Denen es nicht heiß und kalt den Rücken herunter läuft. Die keine Gänsehaut bekommen. Die keine Schmetterlinge im Bauch haben. Die einen nicht umarmen können. Die nicht mit einem lachen können. Die einem nicht ihre Aufmerksamkeit schenken. Die einem nicht zuhören. Die einem nicht in die Augen sehen.Ich finde, man sollte seinen Umgang mit diesen Dingen kontrollieren, was das für ein Verhältnis ist. Warum man eine Beziehung zu diesen Dingen aufbaut, die eigentlich Lebewesen vorbehalten sein sollte. Da werden Formulierungen ins Feld geführt, die jeden Menschen sicher berühren würden. Aber diese Dinge sicher nicht. Da sind Gefühlsausbrüche- und -wandlungen an der Tagesordnung, die man zwischenmenschlich an allen Ecken und Enden vermissen läßt. Diese Dinge haben keine Gefühle und keine Nerven. Sie empfinden keinen Schmerz und keine Lust. Aber der Umgang mit diesen hinterlässt den Eindruck, als ob es so wäre. Nein, mehr als das, dass es so ist.Da wird Zärtlichkeit ausgetauscht. Da wird Verständnis aufgebracht. Da liegt die Toleranzgrenze wesentlich niedriger. Da wird schnell alles entschuldigt. Und man ist so unendlich dankbar, wenn es funktioniert. Alles Aspekte, die zwischen Menschen wesentlich mehr Sinn ergeben würden als zwischen Dingen.Ein paar Dinge fallen mir da sehr unangenehm auf. Da ist das Konto. Wie oft denkt man an das Konto? Wie es ihm wohl geht? Hoffentlich geht es dem Konto gut. Oder geht es ihm nicht gut? Steht da ein [S] wo eigentlich ein [H] stehen sollte? Was denkt die Bank über das Konto? Dann wäre da noch das Auto. Die Beziehung der Menschen zum Auto oder sagen wir mal zu einer Leasingrate, denn es gehört ja nur noch den wenigsten selbst. Diese Beziehung ist eine besondere. Sie ist weit intensiver als das, was Menschen anderen Menschen gegenüber in der Lage sind einzubringen. Und dann sind da noch die vielen Marken. Die, wenn das Logo nicht da wäre, das eigentliche Produkt sofort in der Versenkung verschwinden lassen würden. Nur das Logo und die Beziehung der Menschen zu diesem definiert die innige Beziehung. Computer, Handy und so weiter. Da wird gepflegt. Updates. Upgrades. Da weiß man zu jeder Tages- und Nachtzeit, wie es ihnen geht. Bei Menschen müssen wir uns erst vergewissern. Wir haben Beziehungen oder bauen die auf zu Dingen, die uns in den wichtigen Aspekten unserer Lebenskultur nichts zurückgeben können. Die wichtige Reflektion von anderen Menschen oder über andere Menschen wird weniger oder bleibt aus. Die Themen dieser Zusammenkünfte kreisen ohnehin dann auch noch um die Dinge. Und es gibt nicht nur genügend, es gibt viel zu viel. Und es werden immer mehr. Wie viele Pfeffermühlen gibt es wohl? 10.000? Wie viele Handys? 30.000? Wie viele verschiedene weiße Hemden kann man kaufen? Wie viele schwarze Socken? Wie viele Autos fährt man im Laufe eines Lebens? Und wie viele Freunde begleiten einen durch dasselbe?Ich glaube, die Marktwirtschaft ist außer Kontrolle geraten. Sie eskaliert. Ich glaube nicht, dass sie explodiert, sondern sie wird implodieren. Explodiert ist die Diversifikation von allem. Implodieren wird die Markwirtschaft, denn weniger war eben schon immer mehr. Der Betrug an den eigenen Gefühlen, verbunden mit dem Verlust an Glaubwürdigkeit, wird die Markwirtschaft nachhaltig verändern. Da ich ein Optimist bin, glaube ich zum Besseren. Was schon mal die richtige Richtung zum Guten wäre. Die Frage, was braucht man wirklich, wird beantwortet durch ein sich änderndes Konsumverhalten. Somit werden die Märkte diesem Trend folgen müssen. Das stetige Wachstumsprinzip der geltenden Marktwirtschaft war eine Utopie. Es gibt eben doch kein ewiges Wachstum. Somit wird das Wachstumsprinzip dem Wandlungsprinzip weichen. Das heißt Wohlstand, Sicherheit, Freiheit, Bildung, Gesundheit und alles andere, das nicht auf dem Sand des ewigen Wachstums gebaut ist, sondern auf der Fähigkeit und Bereitschaft, Wandlungen erkennen, einleiten und umsetzen zu können.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 08:53

Sonntag, 6. April 2008

Fakt ist

Für Gerechtigkeit muss man sorgen, dass es ungerecht zugeht nicht.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 11:00

Samstag, 5. April 2008

Fakt ist

„Ein Ei“ über etwas zu schlagen, bedeutet dass man der schmerzlichen Erfahrung die um so viel wichtigere Erkenntnis nicht folgen lässt. Und nur die bringt einen weiter.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 18:28

Freitag, 4. April 2008

Fakt ist

Den passenden Worten ist es völlig egal mit welchen Stiften diese niedergeschrieben wurden. Nur das sie geschrieben wurden. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:46

Fakt ist

Viele verpassen es nicht nur auf den richtigen Zug aufzuspringen. Man könnte ja einfach den Nächsten nehmen. Sie finden nicht mal den Bahnhof.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:35

Donnerstag, 3. April 2008

Fakt ist

Immer mehr Menschen warten auf eine Art Erleuchtung, dabei müssten diese nur den Schalter umlegen. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 12:28

Fakt ist

Die Meinungsvielfalt scheint vom aussterben bedroht. Weil sich immer weniger noch eine Eigene bilden. Sie plappern lieber, einfach alles nach. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 11:55

So oder anders

Das schöne und zugleich furchtbare an subjektiven und zugleich kreativen und zugleich emotionalen und zugleich intuitiven Entscheidungen ist, dass man es so oder anders machen könnte. Aber nicht muss. Aber eben könnte. Somit wird etwas in der Regel nicht besser oder schlechter, sondern nur anders. Man hätte es somit im Prinzip auch so lassen können. Aber oft muss man es trotzdem anders machen. Das ist für die einen ärgerlich, für die anderen eine sehr ertragreiche Einnahmequelle. Kurios wird es nur, wenn "so" besser sein soll als "anders". Oder anders herum. Was offensichtlich nicht so ist. Somit stellt sich bei allen diesen Entscheidungen, ob so oder anders, eigentlich immer nur eine Frage: Wer hat das so oder anders zu entscheiden? Dann ist es eben so oder anders. Denn die meisten Diskussionen werden im Vorfeld und in der Nachbetrachtung über so oder doch anders von denen geführt, die über so oder anders nicht zu entscheiden haben. Klingt komisch, ist aber so und nicht anders.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:28

Mittwoch, 2. April 2008

Fakt ist

Die Zeit die einem am Ende oft fehlt, hat man am Anfang verloren. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 14:34

Fakt ist

Menschen die den Drang verspüren Anderen ständig die ganze Welt erklären zu wollen, verstehen oft die einfachsten Dinge und sich selbst nicht.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 14:21

Es war doch nur Spielgeld

Einer ganzen Generation hat das Spiel "Monopoly" offensichtlich den Verstand geraubt. Die denken bis heute, sie spekulieren nur mit Spielgeld. Und wenn das alle ist, wird einfach neues beschafft.Ich bin fassungslos über das, was sich da gerade in der Bankenwelt abspielt. Und wie sich die Politik diesem Monopolygebaren gegenüber verhält. Die haben die ganze Zeit nur gespielt. Ausprobiert. No Risk, only fun. Zocken mit doppeltem Boden. Über 400.000 mittelständische Unternehmen sind seit Basel II in die Insolvenz gegangen, weil sie nach dem neuen Rating nicht mehr kreditwürdig waren. Mir fehlen die Worte. Und nun bekommen die Banken auch noch das, was sie verspielt haben, von denen zurück, die sie vor die Tür gesetzt haben. Der Mittelstand, ohnehin verantwortlich für den Großteil der Steuereinnahmen und die meisten Arbeitsplätze, kommt für die Schuld und Schulden der Banken auf.Die ist zynisch. Und wenn man sich die Größenordung vor Augen führt – pervers. Die einen spielen nur und für alle anderen ist die Lage ernst. Jeden Tag. So, nun bekommen die neues Spielgeld, halten eine kurze Zeit die Füße still und dann geht das Spiel von vorne los. Ich könnte mich so maßlos darüber aufregen, wenn ich nicht so viel Wichtigeres auf meiner Liste hätte.Schade nur, dass genau diese Menschen nicht mal eine Sekunde spüren, wie es wäre, wenn das echtes Geld, echte Arbeitsplätze, echtes Vertrauen, alles mal echt gewesen wäre. Eine echt verpasste Chance. Das ist, wie mit dem berühmten ersten Fahrrad, das man sich von seinem eigenen Geld gekauft hat. Oder das man geschenkt bekommen hat. Welches hält wohl länger?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:30

Dienstag, 1. April 2008

Wie viel Gefühl...

...darf man investieren? Wie dosiert man Gefühl? Was ist eine gute Einteilung von Gefühl? Wie geht man mit echten und unechten Gefühlen um? Was tun, wenn einen ein Gefühl übermannt? Oder wenn man nichts mehr fühlt?Ich empfinde den Umgang mit Gefühlen als wesentlich komplizierter, als ich mir das selbst je gedacht oder zugestanden habe. Große Gefühle. Kleine Gefühle. Keine Gefühle. Plötzlich tauchen sie auf, in Momenten und Situationen, in denen man lieber mit weniger konfrontiert würde. Oder es kommen gar keine auf in Situationen, in denen ich mir denke: So gefühllos kannst du jetzt doch nicht sein? Die Kontrolle über seine Gefühle ist sehr schwer. Mich überraschen Gefühle noch immer. Positiv wie negativ. Dabei versuche ich, genau zu entziffern, was ich fühle. Denn meine Gefühle sind meine Orientierung. Ich versuche, meinen Lebensweg entlang meiner Gefühle zu beschreiten. Darum ist das Empfinden für mich so wichtig. Das kann ich aber nur, wenn meine Umwelt mich empfinden und spüren lässt. Vieles in und aus meiner Umwelt bewirkt genau das Gegenteil. Das gilt es zu bewältigen, zu umgehen, zu ignorieren, zu überwinden. Dem nachzugehen, dem meine innere Energie schon vorweg eilt. Ich muss nur folgen können, dürfen und wollen. Das wäre nicht so schwer, wenn diese Art von Sensibilität seinen gebührenden Platz in unserer Gesellschaft hätte. Vor allem bei Männern. Aber so weit sind wir noch lange nicht. Gefühle haben in vielen Situationen oft nichts zu suchen. Sind nicht angebracht. Und am falschen Platz. Gefühle zeigen, bedeutet Schwäche zeigen – noch für viele.Mich bewegt deshalb oft der Gedanke: „Was fühlt derjenige da, jetzt oder dann. "Ich ertappe mich dann dabei, dass ich der sachlichen Situation nicht mehr folge, sondern mich längst auf die Suche nach den Gefühlen mache. Ich versuche zu lesen, zu erkennen, zu bemerken. Eigentlich interessieren mich die Gefühle meist mehr als die Informationen. Es ist das, was hängen bleibt. Die Gefühle der Menschen. Oder meine. Oft versuche ich, mich an Gefühle zu erinnern, was mir nur schwer bis gar nicht gelingt. Dabei war ich mir so sicher, dass ich ein bestimmtes Gefühl immer wieder erleben könnte. Kann ich aber nicht. Die Intensität eines Gefühls ist einmalig. Unwiderruflich.Das ist nicht schade, das ist gut so. Denn es verlangt auf dem weiteren Lebensweg nach intensiven Gefühlen. Leben. Erleben. Nur wenn wir intensiv fühlen, bemerken wir, dass wir leben. In unserer Welt lassen wir andere für uns fühlen. Wir nehmen manchmal lieber Anteil an den Gefühlen anderer, als selbst welche zu erleben. Daraus ist eine ganze Gefühlsindustrie entstanden. Wir beobachten andere beim fühlen. Oder hören ihnen zu. Wir weichen unseren eigenen Gefühlen aus. Und schaffen uns eine Umwelt, um eigenen Gefühlen erst gar nicht zu begegnen. Das Gefühlsloch, was dadurch entsteht, wird durch die künstlichen Gefühle anderer gestopft. Was sind das für Menschen, die ihren eigenen Gefühlen so gut ausweichen, wie es nur geht und sich nur noch über die Gefühle Dritter empfinden? Eine Gesellschaft, welche die persönlichen Gefühle so gut es geht ausschließt? Verbunden mit der vermuteten Gewissheit, das Richtige, das Korrekte, das Objektive zu tun. Sich nicht von seinen Gefühlen sondern von Fakten lenken zu lassen. Die nur an Zahlen erkennen können, wie etwas ist. Alt. Heiß. Teuer. Schnell. Lang... Aber nicht mehr fühlen können, wie es wirklich ist.Wie fühlt sich Erfolg an? Echter gemeinsamer Erfolg. Und die vielen anderen wunderbaren Gefühle jenseits der Ratio von Zahlen. Die wirklich selbst empfundenen. Dieser Balsam für die Seele. Wenn man die Welt umarmen könnte. Wenn man seine Zufriedenheit vor Glück selbst nicht fassen kann. Wenn man vor Freude platzen könnte. Wenn man vor Liebe den Verstand verliert. Eigentlich müsste es das höchste Privileg einer Wohlstandsgesellschaft sein, dass die Menschen in ihr sich ihren Gefühlen zuwenden dürfen. Und wir tun genau das Gegenteil. Es ist das eigentliche Ziel, das wir aus den Augen verloren haben. Eine Gemeinschaft, in der es allen gut geht, ist eine Gemeinschaft, in der sich alle gut fühlen. Nicht nur rechnerisch sondern auch wirklich. Somit muss man konzertieren, dass diese Gesellschaft nicht nur keine Vision hat sondern auch ein erstrebenswertes Ziel aus den Augen verloren hat. Gefühlter Gemeinschaftssinn. Die WM 2006 in unserem Land hat die Spitze eines Gefühlseisberges zum Vorschein kommen lassen. Unterdrückte Gefühle, die im Alltag keinen Platz haben. Und dabei gehören sie genau dort hin und zeigen eine viel bessere Richtung auf. Ich fühle zuerst, dass eine Idee gut ist. Erst später wird mir bewusst, dass diese auch unter rationalen Aspekten noch immer gut ist. Der große Verlust an Romantik zwischen den Geschlechtern ist ein Ausläufer einer reduzierten Gefühlswelt. Woher soll sie kommen? Wenn ein Tag daraus besteht, seine Gefühle nicht zu fühlen. Wir können eben keinen Gefühlsschalter umlegen. Wer sich für „Off“ entschieden hat, weil „On“ in seine Welt nicht passt, der wird auch da keinen Platz für Gefühle haben, wo diese die Grundlage für etwas wie Gemeinschaft oder Gemeinsamkeit bilden, sondern muss sich mit der reduzierten Form begnügen. Beziehungsunfähigkeit ist bedingt durch Gefühllosigkeit. Wir bauen keine Beziehungen mehr auf, um nicht fühlen zu müssen. Was uns nicht erreicht, kann uns nicht berühren. Vielen ist es lieber so und geht es besser so.Eine solche Distanz zu Gefühlen überträgt sich auf alle gesellschaftlichen Bereiche. Die nötige Distanz ist gefordert. Wer fühlt, verliert. Denn er lässt sich ja von seinen Gefühlen leiten. Das ist in der veröffentlichten Meinung nicht gut. Gefühle passen da eben nicht hin. Da muss man eiskalt sein. Ich bin ein bekennender Gefühlsmensch. Noch schlimmer, ich suche Gefühle gerade zu. Ich lauer ihnen auf. Ich gehe ihnen nach. Denn kleinen und den großen Gefühlen. Ich kann gar nicht genug davon bekommen. Ich wälze mich in ihnen. Die Emotionen auf und ab fahren zu lassen, bereitet mir größtes Vergnügen. Die Begegnung mit neuen Gefühlen und guten bekannten ist mir eine große

Freude. Erst zu fühlen und dann zu denken, ist eine meiner Lieblingsbeschäftigungen. Ich jongliere gerne mit einem Gefühl. Lass es auf mich zukommen und dränge es auch schon mal zurück. Ein Gefühl heraufbeschwören, ein schlechtes überwinden. Wenn alle Menschen erst fühlen würden, bevor sie bewusst darüber nachdenken, wenn Sie sich erst ein Gefühl und kein Bild machen würden, dann wären wir der Vision und dem eigentlichen Ziel sicher näher. Der Gewissheit, dass unsere Gefühle viel mehr über das aussagen, wie es wirklich ist, als alle anderen rationalen Bewertungen.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:30

Montag, 31. März 2008

Fakt ist

Seltsam, Parties von denen man früher ging, wurden nachher nach Erzählungen immer besser. Mit Ausnahme diejenigen bei denen man bis zum Schluss ausgehalten hat.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 14:06

Fakt ist

Menschen die zu viel Wind um alles Mögliche machen tun dies, weil ihnen zu früh die Luft ausgeht. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 13:49

Konzept

Bleibt beim Konzept. Wer sich mal Dinge ansieht, deren Umsetzung nur dem Konzept dienen, der wird diesen eine unglaubliche Ästhetik abgewinnen. Sogar einem Panzer, einem Flugzeug oder einfach einem Op-Tisch. Einem Bagger. Wenn man mal alle Schnörkel und unwichtigen Extras weglässt, wenn alles nur dem Konzept folgt, ist man immer auf dem richtigen Weg. Große Ästhetik in der Sache entsteht dadurch, dass ausschließlich das Konzept verwirklicht wird. Somit ist das Problem bei Gestaltung meist das der Gestalter, die Gestalten des Gestaltenswillens nicht lassen können. Somit entstehen mehr und mehr Elemente, die nichts mit dem Konzept zu tun haben. Was unweigerlich von der Konsequenz des Konzepts wegführen muss. Sich immer wieder das Konzept vor Augen zu führen, fällt vielen schwer. Sie gestalten ein Konzept. Das sind zwei verschiedene Elemente - die Gestaltung und das Konzept. Aber es muss eins sein, das Konzept.Bei einem Bagger würde niemand der Versuchung erliegen, etwas völlig sinnloses oder überflüssiges zu gestalten. Dinge, die nur der reinen Funktion unterliegen, begleitet diese Aura einer großen Ästhetik. Davon kann man lernen. Daran kann man sich halten. Ästhetik vermittelt ein Niveau von Qualität, das man mit falsch verstandener Gestaltung nie übertreffen kann. Es gehört schon eine gehörige Portion Disziplin dazu und man muss sein Handwerk beherrschen, um dieses konzeptionelle höchste Niveau erreichen zu können.Gebrauchsgegenstände wie Werkzeug haben diese Ästhetik inne. So ein 22er Maulschlüssel oder Ringschlüssel ist durch nichts zu übertreffen. Viele übersehen diese Qualität der Gebrauchsgegenstände und können diese somit nicht auf die Umsetzung eines Konzepts übertragen. Sie umhüllen das Konzept mit Gestaltung, bis man es nicht mehr erkennt, nicht mehr bedienen und verstehen kann. Und behaupten, es sei aber schön. Im Laufe der Jahre habe ich verstanden und gelernt, dass ich von den Dingen lernen kann, die niemand betrachtet oder bemerkt. Eine Axt zum Beispiel - sie ist absolut perfekt. Alles an ihr dient dazu, Holz zu hacken. Und ihre Form ist vollkommene Ästhetik. Wer dem Konzept und/oder der Idee konstant, konsequent und kreativ bis zum Ende folgt, hat sich diese höchste Form der Ästhetik auch wirklich verdient. Denn das weglassen und nicht machen ist viel schwerer, als noch einen Schnörkel mehr.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 10:49

Sonntag, 30. März 2008

Sommerzeit

Jedes Jahr derselbe Stress! Kaum hat man sich mit der Winterzeit und dessen gesundheits-schädlichen Folgen auf das vegetative Nervensystem arrangiert, muss man die Uhren schon wieder auf Sommerzeit umstellen. Dass in Bayern die Uhren anders gehen, wissen wir. Nicht wahr? Beckhuber!Aber wie war das gleich noch mal? Eine Stunde vor oder eine Stunde zurück? Das ist ja auch zu blöd. Also logisch vorgehen. Energie sparen wollte man damals. Wieder so ein grüner Plan, der nicht aufging, aber gleichwohl zu mehr Lebensqualität beiträgt.Überlegen wir doch mal. Eine Stunde zurück? Dann wird's früher dunkel und eher hell. Die Bäcker brauchen also weniger Licht am Morgen und die Stundenten, die auf dem Nachhauseweg sind, auch. Hier wird also Energie gespart. Wenn es früher dunkel wird, gehen die Menschen eher ins Bett. Auch das spart Energie. Vorausgesetzt, es wird auch geschlafen. Also eindeutig eine Stunde zurück?Oder eine Stunde vor? Es bleibt länger hell. Alle sind länger auf und verbrauchen dabei mehr Strom, fürs Fernsehen, für den Computer oder für die AirCon, wenn heiß die Sonne ins Büro brennt. Oder doch weniger, weil weniger Licht eingeschaltet wird? Aber morgens um 05:00 Uhr ist die Welt nicht nur in Ordnung, sondern auch wieder dunkel, was mehr Licht benötigt. Brauchen wir jetzt abends mehr Strom als morgens oder weniger, oder Dienstags im Freien?Und wer hat überhaupt überall all diese kleinen Uhren eingebaut, die wir jetzt umstellen sollen! Im Fax ist eine Uhr, im Radiowecker und sogar im Herd finde ich eine. Ja, wer braucht denn alle diese Uhren? Und wo finden sich die Bedienungsanleitungen dazu? Wenn selbst die Uhr im Tachometer der KFZ-Meister nicht stellen kann?Wisst Ihr was? Jetzt sind beim Transrapid, dem Stoibertrain, die Lichter aus, dann kann ich meine Uhren auch lassen, wie sie sind. Dann stimmen sie wenigstens im Oktober wieder. Was man von der CSU nicht unbedingt wird behaupten können.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Deutschland ein Sommermärchen um 12:00

Fakt ist

Die hast-du-mal-eben-2-Minuten-Zeit-Menschen, rauben einem ein Vielfaches und das nicht nur von der Zeit.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 10:57

Samstag, 29. März 2008

Fakt ist

Die-wir-müssen-mal-wieder-unbedingt-telefonieren-Menschen, rufen einen zum Glück nie an.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 10:39

Fakt ist

Wenn jeder die Suppen auslöffeln würde die er sich selbst eingebrockt hat, würden weniger den Mund so voll nehmen.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 10:36

Fakt ist

Der Friedhof ist voller Menschen die unersetzlich sind.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 10:20

Freitag, 28. März 2008

Begabung

Ich konnte schon früh zeichnen wie Raffael, aber ich habe ein leben lang dazu gebraucht, wieder zeichnen zu lernen wie ein Kind.Pablo Picasso

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 14:12

Werbung mit Kultur?! Paradox – Unmöglich – Wahnsinnig – verlorene Liebesmüh?

Mir ist bei meiner Arbeit aufgefallen, dass ich ziemlich zwischen den Stühlen sitze. Und zwar genau zwischen Kunst und Werbung. Für die wahre Kunst reicht es nicht. Niemals oder noch nicht. Aber für die reine Werbung reicht es auch nicht. Niemals oder noch nie.In der Zusammenarbeit mit Peter von Felbert, meinem Haus-und-Hof-Fotografen, wird mir das immer bewusster. Wir wollen nicht nur Werbung machen, sondern immer auch ein gutes Stück Kunst. Wir können aber nicht nur Kunst machen, deshalb machen wir ein gutes Stück auch Werbung. Also, Werbung mit Kultur. Besonders aufgefallen ist es mir anhand des Aufwandes, den wir betreiben. Für eine gute Idee stehen wir drei Tage 16 Meter unter der Erde. Oder rasen mit einem VW Bus parallel zu einem A 340. Um das eine Foto heraus zu kitzeln. Das Schlimme ist: Wir können nicht anders. Für eine gute Idee - und das ist eine mit Kultur - brennt bei uns die Sicherung durch. Hin und wieder beneide ich dann schon ein wenig die vielen Werber, die das alles mit Stockfotos und ambitionierten Headlines machen. Unternehmerisch gesehen ist das sicherlich sinnvoller und erfolgreicher. Warum? Ja, warum nur? Ich weiß es nicht. Außer der einfachen Antwort: "Ich will und ich kann nicht anders". Ständig bin ich darum bemüht, das jede noch so winzige Idee, einem das Gefühl vermittelt, dass sie ein Stück weit zu einer verbesserten Kulturlandschaft beiträgt. Lächerlich, oder? Zum Totlachen! Aber was will man machen, wenn man nicht anders kann, will. Und mittlerweile auf besonderen Kundenwunsch auch soll. Kein Detail ist zu klein, dass es nicht seinen Teil dazu beitragen könnte. Und ich freue mich wie ein Kind und ein Schneekönig zugleich, wenn mir diese Art von Kultur in der Werbung begegnet.Das passiert nicht oft. Dafür sind diese Art von Begegnungen umso schöner. Wer weiß, vielleicht lohnt es sich ja mal? Eventuell kommt der eine oder andere Kunde ja auch noch dahinter, dass Werbung nicht so platt und stumpfsinnig, einsilbig, eintönig, laut und einfältig sein muss. Sondern das sie ein gutes Stück mehr leisten kann, wenn sie diesen besonderen Esprit von Kultur in sich trägt.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:29

Donnerstag, 27. März 2008

Meckerting

Mir wird viel zu viel gemeckert. Was so alles wirklich schlecht ist, wäre mir nie eingefallen. Es ist eine Unart geworden, über alles und alle zu meckern. An nichts wird mehr ein gutes Haar gelassen. Bevor irgendetwas losgeht, muss erst mal gemeckert und gewettert werden. Meistens bleibt es dann beim meckern. Von allen Seiten bis ins Detail wird vieles schlecht geredet. Das ist so eine Art Aufwärmphase. Damit der Motor der möglichen Produktivität ins laufen kommt, muss der erst mal warm gemeckert werden. Mich zieht das total runter. Bei mir würgt so ein Aufwärmprogramm die Lust und Laune gerade zu ab. Ich kann mich daran nicht gewöhnen und will es auch nicht. Erst muss man sich anhören, was alles nicht geht. Dann warum alles nicht geht. Und wer daran schuld ist, warum alles nicht geht. Dass früher alles besser war. Und heute alles gar nicht mehr machbar ist. Was früher im Stadion und am Stammtisch die Regel war, hat sich flächendeckend ausgebreitet. Wie soll aus so einem negativen Kaltstart etwas Schönes entstehen? Wenn man im Ruhrpott jemandem begegnet, sagt der meist: „Weißt Du, wer gestorben ist?“ Das ist doch keine Begrüßung. Furchtbar. Die Katastrophe als Einstiegsmodell für die Konversation. Die Leute sitzen im Meeting und meckern. Wenn man dieselbe Energie, die man fürs meckern vergeudet, in alles Gute, Schöne, Positive investieren würde, was das für ein Kapital frei machen würde? Wahnsinn!Wo man hinsieht und hinhört, wird gemeckert. Und immer berufen sich alle auf die Realität. Man muss der Realität ins Augen blicken. Man kommt an der Realität nicht vorbei. Realität?! Was ist das? Wenn alles subjektiv ist, die Wahrheit wie die Wirklichkeit, die Moral wie die Ethik, was ist dann Realität? Oder objektiv betrachtet: Es geht um die Stimmung, die Lust, den Mut, die Bereitschaft, die Motivation, der Intuition freien Lauf zu lassen. Da sind positive vibrations doch besser und hilfreicher, als dieses ganze kollektive runterziehen. Vielleicht geht es vielen wirklich zu gut, so dass sie sich negative Szenarien selbst schaffen müssen. Denn eins ist mal klar: an Orten, an denen es Menschen nicht gut geht, ist die Stimmung oft besser als in vielen Meetings. Denkt mal drüber nach. Oder auch nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 09:36

Dienstag, 25. März 2008

Pseudologica fantastica – Wenn die Grenzen zwischen Lügen und Wahrheit verschwimmen

Relativ früh wurde mir bewusst, dass die Lüge ein Schwert ist. Dessen Klinge teilt zwischen Wahrheit und Lüge. Und solange man das, was auf welcher Seite der Klinge ist, noch nicht kennt, ist die Welt eventuell voller Lügen, aber man weiß das noch nicht. Die Lüge sollte man wie eine Kunst beherrschen. Wie die Kunst, ein Schwert zu führen. Gewonnen hat man immer dann, wenn man ohne es zu zücken auskommt. Aber manchmal muss man die Klinge eben ziehen, einsetzen und führen können.Aber sie an seiner Seite zu wissen und sie da zu belassen, ist die wohl größte Kunst. Doch es gibt Menschen unter uns, und das sind nicht wenige, die das nicht können. Für die verschwimmen die Welten der Lügen mit denen der Wahrheiten. Und zwar so, dass Lügen zu Wahrheiten werden und auch Wahrheiten zu Lügen. Dieses Phänomen nennt man in der Psychologie „Pseudologica fantastica".Wer auf solche Menschen trifft der wird sich wundern, mit welcher Dreistigkeit sie jedem einen Bären aufbinden wollen. Und zwar so offensichtlich, dass man es als Gegenüber nicht mal für nötig empfindet, die Lüge als solche zu entlarven. Man winkt nur gleich ab.Das macht den Spielraum für diese Menschen noch größer. In der Überzeugung, dass Lügen als solche nicht erkannt werden, legen sie Schippe um Schippe drauf. Dabei bemerken sie dann nicht mehr, was eigentlich was war. Somit beginnt unweigerlich das Lügen, ohne dass es so empfunden wird.Fast jeder hat, oder kennt jemanden in seinem Bekanntenkreis, der so drauf ist. Alle reden darüber, nur niemand mit der Person selbst. Aus gutem Grund: Was einem da entgegen kommt, wenn man sich dem Thema nur nähert, ist nicht von schlechten Eltern. Deshalb „Vorsicht"! Hier sollten sich nur Profis einmischen. Keine Laien. Denn derjenige lebt in völliger Überzeugung, dass niemand sein Spiel durchschaut. Deckt jemand die Karten auf, stürzt das Kartenhaus gänzlich ein.Darüber sollte man vorher nachdenken. Denn im Prinzip sind diese Mensche nicht gefährlich. Die Lügen dienen meist zur Verdrängung von Erlebtem. Oder zur Aufwertung der eigenen Persönlichkeit. Minderwertigkeitskomplexe werden so notdürftig kompensiert. Somit ist diese Art von Lügen mehr ein Hilferuf nach Anerkennung. Dem kann man entgegen wirken, muss man aber nicht.Es ist nur lästig, wenn man dieselbe Lüge zum 20zigsten mal hört. Und man bemerkt, dass die entsprechende Person nicht mal bemerkt, dass man es selbst längst bemerkt hat. Das ist so, wie wenn man einen so genannten guten Freund trifft, der sich nach fünf Jahren nicht mehr an die Namen meiner Kinder erinnert. Oder nach zwei Jahren immer noch nicht realisiert hat, dass man umgezogen ist. Es gibt einem das Gefühl, dass der Andere keinerlei Interesse an einem hat. Aber entweder erträgt man das, oder man lässt es.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 21:12

Freitag, 21. März 2008

Legastheniker – Gas digt es goch dar nicht – oger?

Ich bin einer. Erst dachte ich als Kind, oh mein Gott, das mit der Rechtschreibung bekommst du nie hin. Vor allem weil mich von allen Seiten alle auf meine vielen Rechtschreibfehler hinwiesen. Deshalb habe ich das Schreiben - so gut es ging - eingestellt. Denn wo keine geschriebenen Worte standen, konnten auch keine Fehler entstehen. Die Lehrer haben das damals nicht erkannt. Meine Eltern auch nicht. Der ist schlecht in Rechtschreibung, hieß es. Es gibt eben so Menschen. Die einen können nicht rechtschreiben, die anderen nicht recht rechnen. Und wenn es einen ganz übel trifft, kann man beides nicht. Dann ist man – blöd. In meinem Fall trug es sich im Laufe der Zeit so zu. Da ich die Fehler nicht so stark vermindern konnte, wie es nötig gewesen wäre, um eine gute Note zu erhalten, musste eben der Inhalt die Schreibfehler ausgleichen. Somit hatte ich oft inhaltlich alles richtig und perfekt, voller Fantasie und meist viele Seiten mehr als meine Mitschüler und bekam dafür eine "1". Doch für die Rechtschreibung eine "6". Das machte im Mittel eine "3". Im Mündlichen schob ich mich hier und da auf eine "2" oder rutschte auf eine "4" ab. Somit musste ich inhaltlich immer die besten Arbeiten abliefern. Sonst wäre das mit dem Abitur nichts geworden. Der Legastheniker macht Fehler, viele Fehler, die er selbst nicht erkennt. Weil er nur den Sinn des Wortes sieht, nicht die Buchstaben. Deshalb kann er Groß- und Kleinschreibung nicht auseinander halten. Was dazu führt, dass sie immer schlechter wird, weil er immer im Ungewissen ist, ob das jetzt richtig oder falsch ist. Und er verwechselt Buchstaben. Da hilft alles Verständnis der Rechtschreibung nichts. Er sieht die Fehler nicht, die er macht. Denn er vermutet sie nicht. Deshalb übersieht er sie.Das ist so. Heute ist das eine anerkannte Störung. Und führt dazu, dass die typischen Legastheniker-Fehler nicht mehr die Note beeinflussen. Diese werden aufgrund der Störung nicht mitgerechnet. Das bedeutet, dass ich in der Hälfte der Fächer, in denen ich eine "2, 3 oder 4" hatte, ich heute eine "1, 2 oder 3" hätte. Ich wäre somit eine ganze Note besser. Ich habe ein Abitur mit 2,2 gemacht. Das bedeutet, ich hätte mindestens ein Abi mit 1,7 gemacht. Was mir ganz andere Studiengänge als BWL ermöglicht hätte. Hat es aber nicht.So ändern sich eben die Zeiten. Da bin ich einfach ein paar Jahre zu früh dran gewesen. Was wohl aus mir geworden wäre, mit einem "Einser" - Abitur? Aber selbst das alles hat mich nicht vom Schreiben abgehalten. Das muss man sich mal vorstellen. Noch heute bin ich getrieben von dem Instinkt, der da sagt: Du musst besser schreiben als die anderen, damit man über die Fehler hinweg sieht. Ich weiß nicht, wie vielen Werbetextern es so geht wie mir. Oder anderen, die zu den Buchstaben gegriffen haben. Aber ich ahne, es sind mehr, als man glaubt. Also, wenn ihr mal auf einen Legastheniker trefft, dann erklärt ihm nicht die Rechtschreibung, sondern konzentriert euch mehr auf die Inhalte. Noch schöner, ihr bietet ihm an, die Fehler zu korrigieren. Denn eins ist mal klar, viele Menschen können zwar richtig schreiben, aber inhaltlich fehlt zumeist die Substanz. Es ist schwerer, die richtigen Worte zu finden, als letztendlich die richtige Schreibweise. Das kann ja sogar das Rechtschreibprogramm eines Computers. Aber der kann keinen einzigen intelligenten Satz von selbst schreiben. Nur auf Fehler hinweisen. Also, meine Bitte: Mehr Toleranz und mehr Hilfe für Legastheniker. Es lohnt sich. Ach, hier noch eine kleine Liste von mehr oder weniger bekannten Legasthenikern:Johannes Gutenberg, Albert Einstein, Alfred Hitchcock, Ernest Hemingway, Francois Mitterrand, Tom Cruise, Michael Jackson, Diego Maradona, Leonardo da Vinci, Jackie Stewart, Agatha Christie, Hans Christian Anderson, George W. Bush, Victoria von Schweden, August Rodin, Whoopi Goldberg, Steven Spielberg, Dustin Hoffman, Walt Disney, Franklin D. Roosevelt, John Lennon, Steven Hawkins, Charls Darwin, Napoleon Bonaparte...Das müsste vorerst reichen.

Geschrieben von Christof Hintze in Menschen um 10:45

Mittwoch, 19. März 2008

Positionskrämpfe

Ich befinde mich zum Glück in der wunderbar komfortablen Situation, dass ich mich meist voll und ganz der Sache widmen kann. Hat aber auch lange gedauert, um an diesen Punkt zu gelangen. Und vor mir liegt auch noch ein gutes Stück, das es zu gehen lohnt. Doch das Ziel, das Ende aller Positionskämpfe miterleben zu können - sie einfach nach und nach aus seinem Leben zu verdrängen - ist einfach wundervoll. Leider ist einem das von Anfang an nicht klar. Man denkt, das müsste so sein, weil es alle machen. Durchsetzungskraft. Überzeugungskraft. Und dann kommt einem bei den ganzen Kämpfen immer mehr und immer öfter eine Frage in den Sinn: Worum ging es eigentlich noch mal?Und die Antwort fällt richtig schwer. Oft weiß man nachher gar nicht mehr, was vorher eigentlich Sache war. Somit fällt auf, dass es meist nicht um die Sache ging, um die es eigentlich gehen sollte. Sondern dass es nur um Positionskämpfe geht. Das macht das Business nicht einfacher. Vor allem, wenn es ergebnisorientiert ist. Dann kann das übel ins Augen gehen. Weil bei einem solchen Affentanz in der Regel hinten nichts raus kommt. Wenn man ohnehin nur aufwandbezogen abrechnet, dann ist das eine gängige Methode. Wirkt immer wie ein kolossaler Aufwand. Im Laufe der Zeit haben ich das Schwert für die Positionskämpfe immer mehr stecken lassen. Und habe es lieber für die Sache ins Feld geführt. Das Schöne daran ist der Gewinn an Lust. Der Gewinn an Qualität. Und der Gewinn an gemeinsamen Erlebnissen. Die sonst spurlos an einem vorüber gezogen wären.Somit weiche ich Positionskämpfen aus. Ich stelle mich diesen nicht mal. Diese negative Energie lasse ich geschmeidig an mir vorüber gleiten. Meine Konzentration gilt mehr und mehr der Sache an sich. Es ist auch befreiend, sich mit einer Sache auseinandersetzen zu dürfen, als sich mit Menschen in anderer Angelegenheit auseinandersetzen zu müssen. Das macht Kräfte frei. Und lässt die Energie nur so fließen. Und die Ideen sprudeln nur so aus einem heraus.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 19:25

Montag, 17. März 2008

Wer ist der Richtige?!

Im Privatleben überlässt man bei der Wahl des Partners oder eines Freundes weitestgehend dem Zufall die Regie und man verlässt sich dabei auch noch weitestgehend auf sein Gefühl. Dann ist, wenn sich vermeintlich das richtige Gefühl einstellt, schnell alles klar.Nur, was ist das richtige Gefühl? Woran erkennt man, dass man sich für jemanden entschieden hat, der einen Platz im eigenen Leben so einnehmen soll, wie man sich das wünscht? Erkennen kann man das sicher nicht – nur fühlen. Die Intuition scheint hier das qualitativ hochwertigste Entscheidungsinstrument zu sein. Intuition schafft es, in Bruchteilen von Sekunden zu entscheiden, ob da eine Freundschaft, Partnerschaft oder Bekanntschaft entsteht. Die Intuition täuscht sich da selten. Sehr selten. Täuschen tut sich meist das Bewusstsein. Denn es bewertet nur, fühlt aber nicht. Es wägt lediglich ab, welchen Nutzen oder Schaden man davontragen könnte. Es bewertet das Risiko und schätzt die Chance ein. Das Bewusstsein versucht, eine richtige Entscheidung zu treffen, die mir letztendlich einen Vorteil verschaffen soll. Was so gut wie unmöglich ist. Denn letztendlich findet das Bewusstsein nur das, was man sucht. Es bewertet alles im Sinne meiner Suche. Partner erscheinen deshalb in einem ganz anderem Licht. Weil alles gemäß der Suche idealisiert oder ausgeblendet wird. Die Intuition ist da wesentlich aussagekräftiger. Sie vermittelt uns z.B. sofort, wenn es nicht passt. Zum Glück - und zum Unglück. Denn das bewusste Bedürfnis will zunächst einmal befriedigt werden. Also übergeht man die Intuition ab einem bestimmten Zeitpunkt. Und schaltet das Bewusstsein ein. Jetzt fängt man an, das zu sehen, was man eigentlich sehen will. Auch wenn es das nicht zu sehen gibt. Jetzt hört man das, was man hören will. Obwohl es gar nicht gesagt wurde. Zeitweise glaubt man sogar an ein Gefühl, von dem man sich wünscht, das es sich so anfühlen soll. Aber genau hier entlarvt sich der Selbstbetrug. Ein simuliertes Gefühl aufrecht zu halten, ist schwer bis unmöglich.Somit ist diese Begegnung zum Scheitern verurteilt. Außer, sie basierte auf Attributen, die nicht auf das aus sind, was man sowieso finden wollte. Was für den Menschen in seinem Privatleben gilt, gilt für denselben Menschen auch in der Geschäftswelt. Bewusste Orientierung ist hier zwar die Regel, führt aber meist nicht zum Ziel. Intuitive Orientierung hingegen oft. Somit scheint es von vornherein Erfolg versprechender zu sein, immer zu aller erst seinem Gefühl zu folgen. Wenn da noch eins ist. Und man noch im Stande ist, es zu fühlen. Denn die nackten Zahlen sagen eben nie etwas darüber aus, inwieweit der Erfolg sich auch so gut anfühlt, wie es die Zahlen versuchen auszudrücken. Sind 50 Jahre Ehe das große Glück? Bedeuten 30 "beste" Freunde die große Zufriedenheit? Numerische Aspekte erzählen uns eben nur die halbe Wahrheit - und dann meist auch noch die falsche. Aber wer wird das zugeben, wenn die Zahlen ihm Recht geben?Wer sich auf sein Gefühl verlassen kann, ist offentsichtlich besser dran, als alle anderen, die erst einmal nachrechnen müssen, wie gut es ihnen wirklich geht.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 22:35

Warum 80% aller gestellten Fragen die eigentliche Antwort implizieren?

Die Frage war früher ein probates Mittel, um auf eine Wissenslücke eine hilfreiche Antwort zu erhalten. Welche man dann für sich nutzen konnte. Das war früher. Heute hat sich die Frage zu einem Mittel der Rhetorik gewandelt. Sich damit ins Spiel zu bringen. Die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Da alle gerne alles beantworten, kommt man sehr gut in ein Gespräch mit der Frage: Ich hätte da mal eine Frage. Oder auch sehr schön: Die Frage, die sich eigentlich stellt, lautet doch... Oder: Ich habe da mal eine dumme Frage.... Oder: Nur mal so in die Runde gefragt...Sofort kann man sich der Aufmerksamkeit aller gewiss sein. Man darf diesen Einstieg nur nicht zu oft verwenden, dann schwindet die Wirkung. Die Frage nicht zu stellen, um eine Antwort zu erhalten, sondern ausschließlich, um die Aufmerksamkeit für sich zu gewinnen.Dann wird die Frage gerne benutzt, um die eigene Antwort vorweg zu nehmen. Sie wollen doch nicht wirklich? Habe ich das richtig verstanden? Es kann doch nicht angehen, dass... Instinktiv beantworten wir immer gerne Fragen. Deshalb die beschriebenen Reaktionen. Dabei sind es eigentlich keine Fragen. Der Unterschied wird erst im Laufe eines Lebens klar. Immer häufiger hört man auf, Fragen zu beantworten. Und man selbst fragt auch immer weniger. Die Frage als Werkzeug ist stumpf geworden. Nicht nur, weil es die meisten Fragen nicht wert sind, gestellt zu werden. Sondern auch, weil sich die Qualität der Antworten im Sinkflug befindet. Denn die meisten haben sich ein Repertoire von Antworten bereit gestellt. So eine Hand voll. Und die passen immer und müssen überall reichen. Somit durchlebt ein wesentliches Kommunikationsmerkmal eine echte Krise. Bleibt nur zu wünschen, dass es sie bald überwindet. Doch hören Sie sich mal konzentriert Fragen und Antworten an. Und lassen sich diese durch einfaches, halblautes Wiederholen auf der Zunge zer- und durch den Kopf gehen. Man kommt aus dem Kopfschütteln nicht mehr heraus. Meine aktuelle Lieblingsantwort auf alle möglichen Fragen liefert mir die Kanzlerin: „Da müssen wir nach einer gemeinsamen Lösung suchen.“ Was für eine „One fits all“ Antwort – wunderbar.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:09

Freitag, 14. März 2008

Eine Ei gleicht dem anderen!?

Wenn man Menschen vergleicht, wird man feststellen, dass der Großteil aller Merkmale bei allen Menschen gleich ist. Beine, Arme, Brust, Rücken usw. Auch die inneren Werte, damit sind die Organe und alles andere gemeint, sind sich zum verwechseln ähnlich. Ich behaupte mal, dass niemand seine Nieren, seine Leber, oder seinen Dünndarm erkennen könnte. Sieben Liter Blut, das sich nur im Rhesusfaktor unterscheidet. Haare, Knochen, Haut und Nägel. Nur ein verschwindend kleiner Teil unterscheidet sich signifikant, aber auch nicht so signifikant, wie man glaubt. Deshalb sehen für Asiaten Europäer zum verwechseln ähnlich und andersherum. Diese zum verwechseln ähnlichen kleinen Unterschiede machen aber den großen Unterschied aus. Gerade deshalb. An Stellen, an denen die Differenzierung gering bis fast unmöglich ist, werden genau diese Aspekte total in den Vordergrund gestellt.100 Banker. 100 Versicherungsmakler. Diese gleichförmigen Massen unterscheiden sich nur in Details, die man ohne ein geschultes Auge nicht wahrnehmen kann. Oft sind es auch nur Äußerlichkeiten, wie die Armbanduhr, die Schuhe, der Füller. Somit legen wir so viel Wert auf das, was uns unterscheidet, damit wir wahrgenommen und erkannt werden. Allein so ein Thema wie Frisuren verdeutlicht das. Wenn uns zur Differenzierung nichts mehr einfällt, müssen die Haare dafür sorgen. Menschen, die auf Grund von erhöhten inneren, sprich geistigen Werten, unübersehbar sind, vernachlässigen diese Äußerlichkeiten. Wer sich anders fühlt, muss nicht anders erscheinen oder auftreten. Nicht weil sie es nicht könnten, sondern weil sie es nicht müssen. Je mehr Menschen sich durch ihre geistigen Fähigkeiten und Bereitschaften differenzieren, desto weniger kompensieren sie dies durch Äußerlichkeiten. Was zur Folge hat, dass man wirklich reiche Menschen ganz einfach daran erkennt, dass man es ihnen nicht ansieht. Wirklich intelligente Menschen erkennt man daran, dass sie sich mit dieser Intelligenz nicht über andere erheben oder erhaben fühlen. Keine Differenzierung strebt somit nach großer Differenzierung. Große Differenzierung strebt nach Gleichheit. Wer eine riesige Nase im Gesicht trägt, wünscht sich so lange eine kleine, bis seine inneren Werte die Nase unsichtbar machen.Es ist schon verrückt. Aber es sagt viel über den Charakter aus, wie sehr jemand versucht, sich durch Äußerlichkeiten zu differenzieren oder zu positionieren.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 08:06

Donnerstag, 13. März 2008

Menschen mit Einwegsichtweise

Es gibt Menschen, die sich über alles und alle aufregen. Ständig und überall. Die zu jedem Thema einen ans Kreuz bzw. an die Wand nageln. Ihr ganzes eigenes Dasein definiert sich über das unglaubliche Übel, das ihnen auf ganzer Lebenslänge widerfährt. Alle und alles andere sind Schuld, dass es so läuft wie es läuft. Eher bescheiden bis beschissen. Die Politiker sind schuld. Die Manager. Die Banken. Die Schwiegereltern. Die Lehrer. Die Konzerne. Die Kirche. Die Fußballer. Die Interessenvertreter. Und das Wetter. Das Essen ist schuld. Die Straßen. Es gibt nichts, was dem Einwegsichtweisigen nicht aufstößt. Das Fernsehen. Die Zeitung. Alles wird seinem Anspruch nicht gerecht. Alles hindert ihn an seiner eigentlichen Bestimmung. Das Leben ist Schuld. Die Gesellschaft. Die Gesundheit.Ihnen wird immer ganz übel mitgespielt. Alles scheint sich gegen diese Art von Menschen verschworen zu haben. Alles ist reine Schikane. Sogar das Mülltrennen oder der Strafzettel. Die Mineralölgesellschaften. Es ist eine kollektive riesige miese Verschwörung gegen alles, was richtiger, besser und angenehme wäre – für die jeweilige Person, aus Sicht der jeweiligen Person.Das Klagen ist Dauerton geworden. Die Mundwinkel sind in dieser hoffnungslosen Einstellung eingefroren. Die Augen sind wässrig und ausdruckslos. Die Haut scheint leblos. Alles an diesen Menschen zeigt, wie schlecht diese drauf sind. Morgens. Mittags. Abends. Und sogar mitten in der Nacht.Nichts scheint Freude zu machen oder zu bereiten. Alles drückt auf die Stimmung und jeder Vorfall bestätigt diese Einstellung. So sammelt man Beweise über Beweise, um Argumente für die eigene Lebenssituation parat zu haben. Alles hat Einfluss, alles ist Schuld. Sogar der Biorhythmus, der Elektrosmog, ... Alle anderen sind zu dumm oder zu blöde, es richtiger und besser zu machen. Sie wissen immer, wo es eigentlich lang geht. Nur niemand fragt sie. Niemand will wissen, was sie denken. Sie glauben, bei Jauch locker 1 Million gewinnen zu können – haben sich aber noch nie beworben. Sie wissen auch, dass es überall an anderen Orten noch schlechter ist, als an dem, an dem sie gerade verweilen. Alles was anders ist, was sich andere anders angeschafft haben, ist falsch. Nur was sie gemacht, entschieden oder gekauft haben, ist immer das Beste. So lang es im Wettbewerb steht. Die Natur und Kultur der durch und durch negativen Menschen ist weiter verbreitet als man glaubt und sie verbreitet sich rasch. Eine Gesellschaft, in der die Einen immer nur auf den Anderen herumhauen, musste letztendlich eine solche Spezies hervorbringen. Die Negativisten. Die das Schlechte längst nicht mehr vom Guten unterschieden können. Die bis zum Rand voller falscher Meinungen sind, Halbwissen und Vorurteilen. Die immer genau wissen, was falsch ist, was nicht geht und was sicher nicht funktionieren wird. Die den vollkommenen Blick für das Negative habe. Deren Gedanken sich nur und ausschließlich um das Versagen und Verhindern drehen.Beklagen. Anschuldigen. Vermiesen. Jammern. Befürchten. Bedenken. Ärgern. Nörgeln. Beschweren. Anklagen. Aufregen...Was für ein erbärmliches Dasein, ohne Ausweg.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:51

Mittwoch, 12. März 2008

Kulturverlust

Was Kultur ist, sein könnte oder sollte, das bleibt jedem selbst überlassen. Die Begegnung mit Kultur ist für mich aber immer wieder verbunden mit einer Überwindung. Denn man muss ihr begegnen. Man muss sich ihr stellen. Sich mit ihr auseinandersetzen. Überwinden. Begegnungen der kulturellen Art haben immer etwas mit Bewegung zu tun. Sich von seinem Standort und Standpunkt bewegen, davon weg bewegen, auf ihn zu bewegen. Kultur ist auch immer eine Bestimmung der Orientierung. Wo bin ich? Wer bin ich? Was denke ich? Was will ich? Die Kultur beschreibt somit ein aussterbendes Verhaltensmuster. Denn die meisten Menschen wollen sich nicht bewegen. Geistig wie körperlich. Sie wollen nicht überwinden. Keinerlei Anstrengung soll ihnen im Laufe eines Tages begegnen. Umso weniger Überwindung, umso besser. Das gilt für alle Lebenslagen, ob beim Essen oder im Gespräch. Die Kultur war und ist eine große Errungenschaft. Auch in Unternehmen mit einer hohen Unternehmenskultur. Da wurde sich begegnet, da wurde überwunden, erlebt.Kultur hat sich vom Status zum Statussymbol gewandelt. Man umgibt sich mit Kultur, aber man begegnet ihr nicht wirklich. Man geht nicht auf sie ein. Man dringt nicht in die Materie vor. Kultur als Absicht. Man müsste mal. Für mich war Kultur zeitlebens immer ein Stück Überwindung. Die mich immer mit Wohlgefühl belohnt hat, wenn man sich dazu durchgerungen hat. Es war oft zäh, unverständlich, anstrengend. Aber am Ende stand immer dieses wunderbar gute Gefühl. Viele Menschen wollen das nicht mehr. Sie nehmen alles, wie es kommt, weichen der Begegnung aus. Das ist sehr schade, weil damit die so wichtige Kultur für jedermann stirbt. Denn jeder ist auf seinem Lebensweg ein Kulturschaffender. Der Kultur ausweichen, heißt sich selbst ausweichen, dem Leben ausweichen. Kultur ist das wohl größte Privileg der Menschheit. Sie beschreibt auf allen Ebenen den Umgang mit allem und allen. Wer genügend oder viel Kultur in sich trägt, der verhält sich entsprechend. Wenn Kultur beim Einzelnen verloren geht, gehen ganze Kulturen verloren. Man muss eben was tun im Leben, um etwas zu erleben. Der Umgang miteinander gewinnt an Qualität, wenn Kultur mit im Spiel ist. Mir fehlt es nicht an Kultur in unserem Lande. Sondern mir fehlt es an Menschen, welche bereit sind, dieser zu begegnen. Das birgt sogar eine Gefahr für die Demokratie. Menschen mit einem hohen Anspruch an Kultur pflegen Kultur, wo es nur geht.Der Kulturverlust ist überall sichtbar. Spürbar. Dabei kann es jeder tun, jetzt. Eine kleine Überwindung genügt und das schöne Gefühl ist einem nachher sicher. Und man hat was erlebt. Man hat was zu erzählen. Etwas, worüber man nachdenken kann. Man kann es einordnen. Kultur ist so wunderbar und vielseitig. Und geht so in die Tiefe. Wie oft erlebe ich im Geiste kulturelle Begegnungen. Das sind wunderbare fantasievolle Gedankenreisen mit Begegnungen, die sich im Laufe des Lebens von immer wieder anderen Seiten darstellen. Die Menschen wundern sich über den Zustand in unserer Gesellschaft auf allen Ebenen. Dabei liegt für mich die Antwort auf der Hand – Kultur.Menschen mit Kultur entfernen sich nicht voneinander, sondern kommen sich näher. Das ist eine ganz andere Kultur. Eine, die ich oft und sehr vermisse. Nicht so sehr bei mir und in meinem Umfeld sondern genau dann, wenn ich dieses verlasse. Was mir da oft begegnet, macht mich traurig.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 15:46

Freitag, 7. März 2008

Über Problementdecker, Problembeschreiber, Problemfinder, Problemerklärer, Problembeobachter, Problemverwalter, Problemmacher und Problembeschäftiger

Eine wie immer geartete gute Realisierung ist maßgeblich davon abhängig, wie lösungsorientiert alle an die Sache gehen. Wenn wundert es also, dass vieles in der gewünschten, erhofften und geforderten Beschaffenheit zu wünschen übrig lässt, lange auf sich warten lässt oder gar nicht erst umgesetzt wird. Da laufen diese vielen Menschen herum, die nicht in Lösungen denken und handeln können, sondern nur in "Probleme machen". Klingt schlauer. Gefährlicher. Interessanter. Wichtiger. In jedem Meeting sollte man 3 x widersprechen, sonst wird man nicht ernst genommen, erklärte mir unlängst ein Kunde. Ein Problem heraufbeschwören, ist zur Kultur einer ganzen Manager-Generation herangewachsen. Von Lösungen will da keiner etwas wissen. Ausgiebig wird das Problem so lange von allen Seiten betrachtet, bewertet und beurteilt, bis es letztendlich wirklich zu einem wird. Auf die Risiken und die Gefahren hinweisen, seine Bedenken äußern, hat großen Einfluss auf die Umsetzungsdynamik. Diese wird dadurch stark verlangsamt, bis sie zum erliegen kommt. Wenn stört es schon. Sich nur mit dem Problem zu beschäftigen, hat auch seine Vorteile. Man muss nichts tun. Der persönliche Aufwand ist wesentlich geringer. Das ist so, als wenn man mit jemanden einen Termin machen will und der einem lang und breit erklärt, wann er immer nicht kann. Das dokumentiert seine Wichtigkeit und wie sehr er beschäftigt ist. Anstatt einfach zu sagen, in drei Wochen Mittwoch um 15.00 Uhr da kann ich, erklären einem diese Zeitgenossen in möglichst ausgedehnter Form, wann es nicht geht, schlecht geht, auf keinen Fall geht, es eventuell geht, unmöglich geht...Bis man an den Punkt kommt, da man feststellt, ich rufe in 2 Wochen noch mal an. Ergebnis? Keins! So sind sie. Dasselbe Phänomen kann man auch in Restaurants erkennen. Dieselben Zeitgenossen erklären dem Kellner lang und breit, was sie nicht essen wollen, welche Weine sie nicht mögen... Anstatt einfach zu sagen, was sie wollen. So würden sie dem eigentlichen Ziel schneller näher kommen. Aber danach steht dieser Spezies eben nicht der Sinn.Na, heute wieder nichts auf die Bahn gebracht? Wieder nichts vorangegangen? Wieder nichts entschieden? Wieder nur das Problem erörtert und keine Sekunde über eine Lösung nachgedacht? Alles Konstruktive wieder verworfen? Kinder, Kinder das ist nicht meine Zeit, lasst mich das mal offen sagen. Ich denke und arbeite mit Vorliebe an Lösungen, aus mehreren Gründen. Man ist umgeben von positiver Energie, wo etwas Tolles entsteht, von ebenso tollen Menschen, tollen Erlebnissen. Man wird überrascht, was man gemeinsam viel besser hinbekommt. Und die Gedanken kreisen ständig um Lösungen, das macht ein helleres Gesicht. Überhaupt haben Lösungen den unglaublichen Vorteil, dass sie einen selbst und die Sache unglaublich voranbringen. Man schafft was. Jeden Tag. Ein Gefühl, das mir viel näher ist, als ständig durch dieselben Drehtüren zu schreiten, um immer und immer wieder vor demselben Problem zu stehen. Das würde mich verrückt machen. Runter ziehen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:58

Mittwoch, 5. März 2008

note werbeagentur münchen - anerkennung statt abgrenzung - Plakat Nr. 24

note werbeagentur münchen - anerkennung statt abgrenzung - Plakat Nr. 24

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 11:53

note werbeagentur münchen - antworten statt fragen - Plakat Nr. 23

note werbeagentur münchen - antworten statt fragen - Plakat Nr. 23

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 11:50

note werbeagentur münchen - unternehmen statt unterlassen - Plakat Nr. 22

note werbeagentur münchen - unternehmen statt unterlassen - Plakat Nr. 22

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 11:47

note werbeagentur münchen - stärken statt schwächen - Plakat Nr. 21

note werbeagentur münchen - stärken statt schwächen - Plakat Nr. 21

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 11:31

note werbeagentur münchen - konzentrieren statt eskalieren - Plakat Nr. 20

note werbeagentur münchen - konzentrieren statt eskalieren - Plakat Nr. 20

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 11:25

Montag, 3. März 2008

hintertux

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 16:52

Mittwoch, 20. Februar 2008

Seelenwanderung (Hansgeschichten)

Sobald er in den Wald kam wurde es kühl. Zuerst spürte er die Kühle im Gesicht, dann an den nackten Armen und dann um die Beine, die auch nackt waren. Am liebsten ging er, wo kein Weg war. Er stellte sich dabei vor, dass hier noch kein Mensch vor im gegangen war.
Dort, wo er am liebsten ging, reichte das Farnkraut bis zu den Hüften und kitzelte beim Gehen an den nackten Beinen. Oder er ging über einen dicken Teppich aus Tannennadeln, der einen harzig-süßen Duft verströmte. Oder er ging in eine Schonung hinein, wo junge Birken standen und gelbes Gras in dicken Büscheln wuchs, über die man stolpern konnte.
Dort, wo er am liebsten ging, war es ganz still. So still, dass er die Stille hören konnte. Kein menschliches Geräusch drang bis an diesen Ort. Dort, wo er am liebsten ging, hörte er das Kreischen der Mäusebussarde, die paarweise über ihm und über dem Wald ihre Kreise zogen. Er wusste, dass es mehrere waren, denn er wusste, dass Mäusebussarde fast nie alleine flogen und sich ein Leben lang treu blieben. Überhaupt wusste er viel über den Wald und die Tiere. Er hatte sein Wissen nicht nur aus Büchern. Er würde es später seinem Sohn erzählen, falls er einen Sohn haben würde. Er würde ihm die Stellen zeigen, wo die Bussarde flogen oder die Waldohreulen anzutreffen waren oder der große Buntspecht mit dem scharlachroten Fleck auf dem Kopf. Er war sich sicher, dass er immer in den Wald gehen würde, auch später, wenn er erwachsen wäre. Er konnte sagen, dass er es liebte und immer lieben würde.
Besonders liebte er es im Sommer, wenn es stickig war und schwül. Denn dort, wo er am liebsten ging, kam das Sonnenlicht nur fleckenweise hin und die Blätter der jungen Buchen fächerten einem noch Kühle zu. Er liebte es auch im Schatten eines bestimmten Eichenbaumes zu liegen und dem Singen der Blaumeisen zuzuhören, oder auf einen Hochstand zu steigen und sich die Welt von oben anzusehen.
Er liebte es auch, am Bahndamm entlang zu gehen, wo die süßen Brombeeren im August reif waren und es machte ihm nichts, dass die Sonne brannte und die Dornen beim Pflücken die Haut ritzten und es auf den Armen und an den Beinen zu jucken begann und dann zu brennen.
Er liebte es auch, oben auf dem Bahndamm zu gehen, die Gleise entlang zu sehen, endlos geradeaus in die eine und in die andere Richtung, bis er nur noch ein Flimmern der Hitze am Ende sah. Und manchmal fand er einen toten Bussard, der vor den Zug geflogen war und der nur das Genick gebrochen hatte und schlaff wie schlafend neben den Schienen im schwarzen Schotter lag; wunderschön und tot und noch edel im Tode und manchmal noch warm. Und dann mochte er den Vogel nicht begraben, denn er war zu schön in seinem braungesprenkelten Federkleid, zu schön der gelbe Schnabel und die gelben Greife zu Dolchen gebogen, zum Töten, zum Überleben. Er dachte, dass es besser gewesen wäre, der Zug hätte ihn in Stücke gerissen, dann wäre es leicht gewesen, sich von seinem Anblick zu lösen.
Als er die Wege ging, die er am liebsten ging, war er ein Junge gewesen. Er ging im August, wenn es nach Sommer roch, im Herbst bei klarem blauem Himmel, an Wintertagen über zugefrorene Pfützen, die beim Darübergehen krachten. Er ging auch, wenn er woanders war, wenn er träumte, mit geschlossenen oder mit offenen Augen, wenn er auf seinem Zimmer war, beim Essen am Küchentisch saß, auf dem Schulweg, oder wenn er an einen Beruf dachte, oder in den Ferien, oder vor dem Einschlafen und im Fieber.
Er ging die Wege immer und immer und er wusste, dass ein Weg, den er einmal gegangen war, und den er wieder ging, niemals dergleiche war. Er wusste auch, dass es noch viele Wege gab, die er ausprobieren wollte. Er wollte sie alle gehen. Alle allein. Allein war man frei, jeden Weg zu gehen.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:25

Montag, 18. Februar 2008

Schnell

[Diesen Text habe ich schnell mal geschrieben.]Ein Konzert dauert von Anfang bis Ende solange das Tempi es vorgibt. Das berühmte Pils vom Zapfhahn braucht 7 Minuten, eine 5 Minuten Terrine so circa 5 Minuten. Vieles hat seine Zeit. Einiges braucht seine Zeit. [Diesen Text habe ich heute schnell mal geschrieben.]Einiges geht sehr schnell, wenn die Zeit gekommen ist. Anderes dauert unendlich lange, weil die Zeit noch nicht reif ist. Somit ist "schnell" ein Begriff, der offensichtlich etwas über die eigentliche Geschwindigkeit aussagt. Diese liegt aber in der Wahrnehmung allein beim Betrachter. [Diesen Text habe ich heute Nachmittag schnell mal geschrieben.]Was für den einen irre schnell ist, ist für jemand anderes quälend langsam. Und dabei reden wir von dem selben. Mach mal schnell. Geht das mal schnell. Schnell dazwischen. Kann das mal schnell gehen. [Diesen Text habe ich heute Nachmittag um 17.35 Uhr schnell mal geschrieben]Dabei ist schnell, wie gesagt, absolut subjektiv. Die Angaben müssten eigentlich genauere Vorgaben machen, damit schnell als Wert überhaupt zu verstehen ist. Ohne messbare Angaben von schnell funktioniert schnell nicht. Überhaupt nicht. Ebenso verhält es sich mit wichtig. Das Wort impliziert beim Empfänger in der Regel etwas völlig anderes, als der Absender eigentlich gemeint hat. [Diesen Text habe ich heute Nachmittag von 17.35 Uhr bis 17.39 Uhr schnell mal geschrieben]Schnell und wichtig sind also des Wortes nicht wert, wenn sie nicht mit verständlichen Werten verbunden sind, welche das Ausmaß von schnell und wichtig klar und deutlich verständlich machen.[Diesen Text habe ich heute Nachmittag von 17.35 Uhr bis 17.39 Uhr in nur 4 Minuten und 28 Sekunden schnell mal geschrieben]Man stelle sich mal vor, man würde einen 100 Meter Lauf machen, ohne die Zeit zu stoppen. Ohne Bahnen. Und ohne die Richtung vorzugeben. Sogar der Ausgangspunkt wäre nicht der selbe. Und es ist derjenige der Schnellste, der auf alle den schnellsten Eindruck gemacht hat. [Diesen Text habe ich heute Nachmittag von 17.35 Uhr bis 17.39 Uhr in nur 4 Minuten und 28 Sekunden schnell mal geschrieben. Das mal zu sagen, war mir wichtig.]So geht es jeden Tag in der Wirtschaft zu. Und nicht nur da. Es muss einfach alles immer schneller gehen. Und zudem ist alles immer wichtiger. Somit sind diejenigen die Sieger, welche es schaffen, dem Betrachter den besten Eindruck zu vermitteln. Wenn es nicht so dumm und verrückt wäre, müsste man sich ausschütten vor lachen. Aber die meisten sind offensichtlich damit beschäftigt, so zu tun als ob. [Diesen Text habe ich heute Nachmittag von 17.35 Uhr bis 17.39 Uhr in nur 4 Minuten und 28 Sekunden schnell mal geschrieben. Das mal zu sagen, war mir wichtig. Sehr wichtig. Weil das einigen irre schnell vorkommt und mir quälend langsam. Denken sie mal darüber nach.]

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 17:49

Über Form und Inhalt

Eine überflüssige und dumme Diskussion meinerseits. Inhalt ist die wesentliche Substanz. Alle wirklich erstrebenswerten Werte stehen in enger unzertrennbarer Verbundenheit zu den Inhalten. Die Form definiert den Raum für die Inhalte. Die Form ist die Hülle für die Inhalte. Die Konzentration gilt dem Inhalt. Das Streben, das Lernen, das Üben, das Arbeiten, das sich daran Reiben, das daran Verzweifeln, das Scheitern. Alles sollte sich ausschließlich und in erster Linie auf den Inhalt reduzieren. Wir sind dazu befähigt, alle Inhalte ständig zu verbessern. Ist der Inhalt so vollkommen, dass er die eigenen Erwartungen überragt und übertrifft, erst dann gießt, hüllt, füllt oder steckt man ihn in seine Form. Denn eine Form ohne Inhalt ergibt eigentlich keinen Sinn. Weder einen zu erwartenden oder entsprechenden. Die inhaltliche Auseinandersetzung tritt aber immer mehr in den Hintergrund. Meist begnügt man sich mit der Form, die Form genügt. Den Inhalt läßt dies vermissen. So sein als ob. Das ist die Maxime. Eine wie ich finde schlechte Maxime. Denn die nun geführte Auseinandersetzung ist eine völlig andere. Man muss selbst dahinter kommen, welche Inhaltslosigkeit sich hinter einer Form versteckt. Den akzeptierten und vorsätzlichen Betrug hinter der eigentlichen Form, die zur Fassade wird, zu entlarven. Wie wenig Inhalt verbirgt sich hinter der Form. Egal für welches Angebot, ob Produkt oder Dienstleistung - meine Gedanken kreisen ständig nur noch darum, was die Form nur vorgibt, wo sie mich in die Irre führen will, wo sie mich manipulieren will und was eigentlich dahinter steckt. Wer oder was bescheißt einen weniger, ist zu einem Entscheidungskriterium geworden. Das weniger Schlechte genügt. Die weniger mindere Qualität überzeugt uns schon. Der Inhalt musste letztendlich den Äußerlichkeiten weichen. Somit sind wir in einer inhaltslosen Gesellschaft angekommen, die sich nur noch über Formen definiert, über Formate, Äußerlichkeiten. Welche Worte man auch dafür benutzt, sie verdeutlichen, dass es nicht um das Eigentliche geht. Schade. Was für eine verpasste Chance unseres eigentlichen Intellekts. Eine geistig ständig unterforderte Gesellschaft. Egal wohin man schaut, man sieht eine Gesellschaft voller Fassaden. Die nur so tun, wie sie sein sollten. Die Kopie der Kopie der Kopie der Kopie. Wer von Inhalten redet, mit dem redet man nicht gern und nicht lange. Denn man kann oft nicht mitreden. Diskussionen, die mit Unwissenheit oder Halbwissen zu Inhalten geführt werden, finden schnell ihr jähes Ende. Als ich

ein Kind war, ein junges Kind, in der Zeit, als ich noch nicht lesen und schreiben konnte, da nahm ich gerne einen Stift und ein Blatt. Ich machte Striche und Kringel auf ein Blatt und tat so, als ob ich schreiben würde. Und ich nahm ein Buch und brabbelte vor mich hin, so als ob ich lesen würde. Einige Zeit später, ich war der englischen Sprache noch nicht mächtig, sang ich Sinatra Songs mit. Das klang so ähnlich wie das, was da gesungen wurde, aber es war bei weitem kein Englisch.Immer wieder im Leben traf ich auf Situationen, die mir verdeutlichten, was ich nicht kann. Die mich dazu führten, dies können zu wollen oder es zu lassen. Aber nicht so zu tun als ob. Das ist vorbei. Heute kann fast jeder alles. Nur ich, ich kann so vieles nicht. Oder so schlecht, dass ich es nicht mache. Ich stelle mir immer und immer wieder nur eine und die selbe Frage: "Ist denen das nicht unglaublich peinlich, zu wissen, dass sie etwas nicht können und nur so tun als ob, dass dies mal jemand herausbekommt oder man das offensichtlich sofort erkennt?" Anscheinend nicht.Und was für eine Vergeudung von Lebenszeit - statt nur eine einzige Sache vollkommen zu können, ein Leben lang etwas nur zu behaupten.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 14:51

Samstag, 16. Februar 2008

note werbeagentur münchen - energie statt kraft - Plakat Nr. 19

note werbeagentur münchen - energie statt kraft - Plakat Nr. 19

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 10:51

Donnerstag, 14. Februar 2008

note werbeagentur münchen - erkenntnisse statt erfahrungen - Plakat Nr. 18

note werbeagentur münchen - erkenntnisse statt erfahrungen - Plakat Nr. 18

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 19:24

Mittwoch, 6. Februar 2008

Aschermittwoch

Es ist geschafft! Endlich sind die tollen Tage überstanden, die uns seit Ende September im Griff hatten. Erst Oktoberfest, dann Halloween, Advent, Weihnachten und Sylvester. Gar nicht zu reden vom Karneval, Fasching oder Fastnacht. Hinein in den Endspurt seit dem wahnsinnigen Donnerstag, über Rosenmontag bis Kehraus am Faschingsdienstag.Und jetzt?Jetzt sind es noch 46 Tage bis Ostern. Aschermittwoch. Beginn der 40-tägigen Fastenzeit. Die Chance, sich wieder anderen Dingen zuzuwenden, nachdem das letzte halbe Jahr doch deutlich materiell und egoistisch geprägt war. Gibt uns nunmehr diese ruhige Phase des Jahres die Gelegenheit, sich wieder mehr immateriellen Werten und altruistischen Gedanken zu nähern.Wem?Also, schön und begehrenswert sind für uns doch oft die Dinge, die wir gerade nicht haben. Nachdem wir zuletzt vielen fleischlichen Genüssen zugetan waren und uns um unser persönliches Glücksgefühl, hedonistisch orientiert, gekümmert haben, können wir uns jetzt bewusst den geistigen Genüssen zuwenden. Und mit dem geistigen Erleben kümmern wir uns verstärkt auch wieder um den Mitmenschen. Fastenzeit in diesem Sinne bedeutet also nicht unbedingt Verzicht, sondern lediglich die Zuwendung zu anderen Prioritäten. Auf dass wir nicht nur den Körper, sondern auch Geist und Seele nähren.Natürlich lässt sich diese Zeit auch ganz pragmatisch für nützliche Dinge nützen. Also z.B. der Beginn der Frühjahrsfastenkur, Auszeit für die Leber, Start der Sportsaison und dergleichen. Das wäre schon einmal nicht schlecht. Und wenn man diesen Kick Off dann noch nützt, um mal wieder ein Buch zu lesen, das Auto stehen zu lassen oder dem Nebenmann im Aufzug zuzulächeln, dann transformieren wir diesen eher weltlichen Ansatz doch ganz elastisch in eine höhere Ebene.Kein Wunder, dass auch die Politik früh den Aschermittwoch für sich entdeckt hat. Doch statt dem innewohnenden Sinn dieses Datums zu folgen, fühlt man sich heutzutage in Passau oder Vilshofen wieder zurück nach Mainz versetzt. Wir, die wir dies bemerken jedoch, wandeln dann schon auf anderen Pfaden.Es ist der Wechsel, der das Leben aufregend macht. Der Hunger, der das Schnitzel g’schmackig und der Durst, der das Wasser erfrischend werden lässt. Also, ran an die Enthaltsamkeit, oder neudeutsch „Power-Abstinencing“.Denn selbst wenn uns diese ganze Fastenzeit nichts sagt. Hilft sie uns doch, wieder in den Badeanzug zu kommen und - wenn sie vorbei ist, ist endlich Frühling.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Vorbildlich um 07:57

Samstag, 2. Februar 2008

Raus

Da sitzen sie alle. Und ihnen fällt nichts ein. Kein Wunder. Wer kann schon, wenn er unbedingt muss. Standard abspulen, ja. Aber wirklich Neues? Nein! Der beste Schritt zu guten Ideen ist der Schritt – Raus. Raus aus dem gewohnten Umfeld. Raus aus den Denkschemen. Berühmte Autoren haben das Buch im Kopf bereits fertig gedacht, bevor sie sich an den Schreibtisch setzen. Drehbuchautoren geht es nicht anders. Man muss die Szene erst vor seinem eigenen Auge sehen und diese dann nur noch herunter schreiben. Komponisten haben die Melodie schon im Kopf und müssen diese nur noch zu Papier bringen. Aber in der Wirtschaft sollen die Uhren anders laufen? Falsch. Da sitzen Menschen an Schreibtischen und denen soll was ganz Anderes und Neues einfallen? Was natürlich nicht geht. Die Wirtschaftswelt berücksichtigt den wichtigsten Schlüssel zur Idee nicht. Darum muss sie die Ideen auch meist von Außen einkaufen oder kopieren. Kein Wunder. Bei mir ist das nicht anders. Ich habe mir das System längst zu Eigen gemacht. Nicht offiziell, aber inoffiziell wissen das alle, die es wissen müssen. Würde man das offiziell machen, würde man nur auf Unverständnis treffen. Oder sogar auf Neid. Was macht der denn da? Da meinen Mitarbeitern aber egal ist, wie ich auf die Idee komme und meinem Kunden ebenso, habe ich mir dieses beste aller Ideen-Prinzipien zu eigen gemacht. Nur über einen Exkurs, einen Ausflug, stößt man unvermittelt genau zu der Idee, die man gesucht hat. Auf die man gehofft hat. Ideen entstehen also zum einen an ungewöhnlichen Orten. Oder zu ungewöhnlichen Zeiten. Oder, wenn man es schafft, an Ungewöhnliches zu denken.Erst das Übersprungverhalten verschafft einem den Sprung zur Idee. Jeder hat da seinen eigenen, ungewöhnlichen Raum oder eine ungewöhnliche Zeit, in der er besser ans Ziel gelangt. Deshalb: Wer schneller ans Ziel will – einfach raus. Man kann es kaum glauben, was einem beim Holzhacken, Rasenmähen, Fahrradfahren, Joggen, Kochen, Kickern, Spazierengehen so einfällt. Der einfachste, schnellste und beste Weg zur Idee ist eben doch der Paradigmenwechsel. Für ihn ist im normalen Alltag nur kein Platz. Ihn hat man einfach vergessen. Mit ihm als wirkungsvollstes Mittel, hat man schlicht weg vergessen zu rechnen. Pech! Und fatal zugleich.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:28

Donnerstag, 31. Januar 2008

Vorsätze

Juhu, der erste Monat ist geschafft! Freuen sich jetzt wieder alle. Können Sie sich sicher doch mitfreuen, oder? Haben Sie nicht auch seit Ersten des neuen Jahres Ihr neues Leben gestartet? Endlich rauchfrei. Oder, alles fit mit der Artischocken-Diät. Oder gleich im Fitness Center angemeldet.Zugegeben. Dieser erste Monat war auch kein wirklich reines Zuckerschlecken. Aber wer schleckt schon gern Zucker? Keine Zigarette mehr angefasst, dafür aber auch keinen Freund mehr getroffen. Ein gemütlicher Treff ist ohne Rauch ja völlig sinnlos. Und dazu noch dieses lächerliche Rauchverbot. Da will man ja gleich gar nicht mehr weg gehen. Äh, Moment. Ich bin ja jetzt Nichtraucher. Also, das ist doch gut, dass nicht alles so verqualmt ist. Da könnte man ja glatt mal weggehen.Aber halt! Natürlich kann man erst weggehen, nachdem man noch brav nach der Arbeit zwei Stunden Work-Out geworkt hat. Irgendwie müssen sich die 120 Euro Monatsbeitrag ja bezahlt machen. Und die 150 Euro Aufnahme-Gebühr und die 65 Euro Verwaltungskostenpauschale und die 58 Euro Neujahrszuschlag. Da man diesmal ja drei Monate durchhalten möchte, kommt man also auf einen Monatspreis von 571 Euro. Da muss man jetzt aber richtig ranklotzen. Mit Power-Wellness anschließend, also drei schwedische Saunagänge mit Gletscherwasserspülung, indischer Tantra-Massage und afrikanischer Sonnenbank, kommt man aus diesem Muskelofen nicht vor 23 Uhr raus.Ganz klare Bett-Zeit. Denn was nützt die schönste Entschlackungskur, wenn man sie nicht mit ausreichend Schönheitsschlaf abrundet?Aber dann können wir uns morgen treffen. Wenn jetzt nur nicht diese blöde Artischocken-Diät wäre. Und außerdem ist Alkohol die nächsten drei Monate sowieso tabu. Wir wollen doch mal beweisen, dass wir weder mit noch ohne Alkohol ein Problem haben. Und sich mit Freunden in einem Nichtraucher - Restaurant treffen, in dem man dann keinen Wein oder wenigstens ein Bierchen zischen kann? Also ich weiß nicht. Dann doch lieber noch eine Runde Tae-Bo-Yoga im Schweiß-Palast.Weil Essen gehen geht ja nun mal gar nicht. Oder hast du schon gehört, dass man vom Schweinshaxen-Essen schlank wird? Das ist nämlich das Dumme an dieser Artischocken-Diät. Man darf alles essen, außer Artischocken. Allerdings nur in homöopathischen Dosen. Dazu ausreichend Bewegung. Was ich ja glatt machen würde in diesem Jogginghosenverein. Wenn nur nicht dieser brutale Muskelkater wäre, der selbst das Rauchen wehtun ließe, wenn man nicht schon lange Nichtraucher wäre.Grundsätzlich glaube ich, der Fasching ist ein ganz schlechter Zeitpunkt, um mit den Alkohol-Flatrates aufzuhören.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Gleichgesinnte um 07:07

Montag, 28. Januar 2008

MaFo

Letzte Woche war ich mal wieder in einem Elektronikmarkt. Natürlich nicht in einem dieser „Wie blöd, dass ich teuer nicht hasse“ - Kette. Langsam wird es ja schwierig beim Handyeinkauf. Mein neues PDA darf nicht von BenQ sein und von Nokia erst recht nicht. Auch will ich Steves Marketingprodukte nicht unterstützen und möchte auch nicht, dass meine Daten auf einem abzuhörenden Server in UK landen. Würde ich es lediglich von privater Warte aus sehen, wäre meine erste und einzige Wahl: Kein Handy. Auch in grauer Vorzeit konnten mich meine Kontakte, von denen ich v.a. im Privatbereich unzählige hatte, nachweislich immer erreichen. Allerdings gerate ich vermutlich ohne Handyvertrag dafür so richtig in die Mühlen staatlicher Überwachung, wenn es nichts zu überwachen gäbe. Das allein wäre ja schon verdächtig.Jedoch, sei’ drum. Über den Sinn oder Nutzen der permanenten Erreichbarkeit möchte ich jetzt gar nicht philosophieren. Was mich aber beim Einkauf irritierte, war die Frage an der Kasse nach meiner Postleitzahl. Das wurde ich an der gleichen Kasse nämlich mindestens fünf Jahre zuvor auch schon gefragt. Also wollte ich von der Kassenkraft den Grund ihrer Frage wissen. Wir sind halt angehalten, danach zu fragen, bekam ich zur Antwort. Obwohl ich nicht angehalten bin, darauf zu antworten, gab ich frohgemut die Berliner PLZ eines Bekannten an. Er möge es mir verzeihen.Hoffentlich habe ich jetzt keinen großen Fehler gemacht. Wenn das jetzt die Jungs von der Marktforschung rausfinden nach ihrer Langzeitstudie? Nachher wird der Elektronikmarkt dicht gemacht und komplett nach Berlin umgesiedelt. Wo kaufe ich dann meine PDAs? Ich träumte heute Nacht grauenhafte Szenerien. Wie die Gewerkschafter vor meiner Wohnung demonstrierten, weil ich für den Abbau von dreißig Teilzeitstellen in München verantwortlich gemacht werde. Wie ich die Subventionen der EU bis morgen zurückzahlen muss. Und natürlich muss ich mich auch dafür verantworten, dass ich aufgedeckt habe, dass die Frage nach der PLZ eigentlich schon seit Jahren nicht mehr ausgewertet wird.Da lobe ich mir doch die Frage beim Tengelmann: Haben Sie eine Kundenkarte? Nein, antworte ich dann. Ich wollte nur zahlen. Komischerweise hat mich noch nie einer gefragt, ob ich denn eine Kundenkarte möchte. Vielleicht bin ich ja ganz wild nach Kundenkarten? Wer weiß das schon? Es törnt mich doch mächtig an, wenn der Herr Haub nach meinem Einkaufsverhalten sein Sortiment ausrichtet. Wenn ich keinen scharfen Löwensenf mehr kaufe, schwupp, ist er zwei Wochen später aus den Regalen verschwunden. Wenn das nichts ist.Aber die Krönung sind doch die vielen Gewinnspiele, die mir überall unterkommen. Die vielen Audis, Volkswagen und Porsches kann ich gar nicht mehr alle fahren, die ich schon fast gewonnen hätte. Und jede Woche mit Günter Jauch in „Wer wird Millionär“ zu spielen, wird auch langweilig. Immerhin lande ich dann in einer statistischen Auswertung und bin verantwortlich für künftige Kampagnen. Auch liebe ich die vielen Anrufe, die mir mitteilen, dass ich zwar keinen Audi gewonnen habe, aber dafür auf jeden Fall einen 10 Euro Gutschein von Quelle gewinne, wenn ich für 1.000 Euro aus dem Katalog einkaufe. Wenn das nichts ist?Also, Marktforschung finde ich schon toll. Gerade neulich kam ich beim Parkplatz vom ALDI, als ich nur eine Zeitung aus dem stummen Verkäufer holte, zu Unrecht in eine andere Langzeit - Studie. Ein Institut wollte herausfinden, warum so viele Kunden beim ALDI einkaufen. Dass ich gar nicht dort einkaufte, hat den Interviewer nicht interessiert.Trotzdem las ich neulich das verblüffend, richtige Ergebnis dieser Studie: Die große Zahl der Einkäufer korreliert mit den günstigen Preisen! Hossa!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 12:12

Mittwoch, 23. Januar 2008

Gedankenpower

Derzeit kocht mal wieder der Mentalpudding über Deutschland, der alle paar Jahre mit neu formulierten Thesen auf der Hoffnungswelle reitet. Nach dem Bauernregel - Motto „Jeder ist seines Glückes Schmied“, heißt es heuer „das Leben sei ein Versandhaus. Was wir wirklich wünschen, wird uns mit Garantieschein zugestellt.“So einfach geht das? Ja, so einfach, sagen die Autoren - und doch so unendlich schwer, werfe ich mal ein. Wie wir alle aus unserem eigenen Erleben wissen, ist es sehr einfach zu sagen, was man nicht mag. Ungleich schwerer ist zu sagen, das mag ich. Und noch schwerer ist zu sagen, das mag ich wirklich. Von „das will ich“ oder „das liebe ich“, möchte ich an dieser Stelle lieber nicht weiter abschweifen. Zum Thema „Ich mag mich“ an anderer Stelle.Woran das liegt? Vermutlich, weil es viel mehr Dinge und Situationen gibt, die wir als unerfreulich kennen gelernt haben, aber nur ganz wenige Erlebnisse, an denen wir so etwas wie ein Glücksgefühl erfahren durften. Dazu kommt, dass dieses Glücksgefühl oft sehr unbestimmt, fast schemenhaft zurückbleibt, so dass man es gar nicht genau definieren kann. Eine vage, warme Erinnerung.Das Universum braucht allerdings für die Zustellung auch eine Artikelnummer. Sprich, wir müssen unseren Wunsch auch ganz genau definieren. „Reich sein!“ allein funktioniert nicht, weil ich ja auch reich an Erfahrungen, Wissen oder Einsicht sein kann. Oder es funktioniert anders, als vorgestellt, weil nicht exakt formuliert. „Reich werden“ durch die Lebensversicherung der geliebten Frau, die einen Unfall erleidet, war nicht die gewünschte Option.Wer sich einen Maserati wünscht, sollte sich auch Baujahr, Farbe und Innenausstattung dazu wünschen. Und dann sein ganzes Sehnen darauf richten. Schon wird geliefert. Mit Zündschlüssel und Zweitwagen, wenn die Traumschleuder mal wieder in der Werkstatt steht. Das ist aber nicht wirklich überraschend. Denn heißes Sehnen heißt ja auch Konzentration auf ein Ziel. Damit schafft jeder seine kleinen, materiellen Vorhaben. Selbst wenn es nicht mehr für eine volle Tankladung reicht, aber das Auto ist mein. Kennen wir alle zur Genüge.Die nächste Schwierigkeit mit dem Wünschen liegt in der Formulierung. Das Unterbewusstsein und damit das Trägermedium für das Universum scheint einfach gestrickt. Es braucht jedenfalls klare Ansagen. Negativ formulierte Wünsche führen zu negativen Ergebnissen. „Ich will nicht mehr als Angestellter arbeiten“, führt sicher zur Kündigung. Folgt dann die erfolgreiche Firmengründung, war alles bestens. Wenn nicht, Hartz IV.Aber leider sind wir darauf konditioniert, in negativ formulierten Sätzen zu denken. „Schlag nicht mit den Türen“ oder „Gehe bei diesem Wetter nicht ohne Schal außer Haus“, dürfte allen von uns noch in Erinnerung sein. „Mach die Tür leise zu“ oder „Zieh’ dir im Winter auch einen Schal an“, klingen schon beinahe fremd.Dieses Grundmuster finden wir dann auch als Erwachsene wieder. „Ich habe heute keine Lust zum Arbeiten!“, kennen viele. „“An diesem wunderbaren Morgen schreibe ich ab 08:15 Uhr weitere 50 Seiten meines neuen Bestsellers“, eher weniger. Zum Trost: Bei der Bohlen’schen Castingschau konnte statistisch belegt werden, dass von den letzten 30.000 selbst ernannten neuen Superstars weit über 99% absolut talentfrei sind. Positiv formuliert, das Zeug zum Star bzw. die nötige Ausstrahlung fürs Universum haben in Deutschland statistisch gesehen etwa 650.000 Menschen. Von 82 Millionen. Für den Rest heißt es Bücher zu lesen und zu üben, oder - noch besser, Bücher zu schreiben.Ich halte es an dieser Stelle mit dem Vorschlag von Richard Bach in „Brücke über die Zeit“:Soll etwas in dein Leben treten,so stelle dir vor, es sei bereits da.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Paradigmenwechsel um 08:15

Freitag, 18. Januar 2008

Lebenszeit

Als ich neulich mal wieder so richtig im Stau stehe. Erst Rosenheim - München, dann Berufsverkehr Mittlerer Ring, Richard-Strauss-Straße. Welch musikalischer Name für eine der größten und nervigsten Baustellen in München, die seit gefühlten acht Jahren Rekordmengen Cholesterin produziert. Zumindest bis die Baustellen Chaotiker von der Stadtplanung demnächst mit der nächsten Buddelorgie am Luise-Kiesselbach-Platz anfangen.Es ist abends, kurz vor acht, es regnet in Strömen, dunkel, trüb, kühl. Das Heizgebläse dröhnt seit einer Stunde, weil ‚ohne' alles beschlägt. Jetzt stehe ich schon gute zehn Minuten. Auf zwei Spuren von Süd nach Nord und zwei Fahrspuren von Nord nach Süd. Tatzelwurmfahrt. Tatzelwurmrast. Machen Drachen Pause?Mir schießen die verrücktesten Gedanken durch den Kopf. Wie hieß noch der Film mit Mikael Douglas? Als er sein Auto im Stau einfach stehen lässt und Amok laufend durch Downtown LA zieht. Na ja, dort hatten sie auch schönes Wetter.Warum arbeiten die, die jetzt nach Süden fahren nicht im Norden und vice versa? Ist es das, was wir uns verdient haben? Abends im Tatzelwurm-Stau zu stehen, im Regen, mit dröhnendem Gebläse? Warum sitze ich jetzt nicht auf der Terrasse in Paradies Island und schaue dem Sonnenuntergang beim Kitschbildmalen zu?Was war denn der Grund, dich selbstständig zu machen? Weil du klar gesagt hast, bevor du jemals wieder für eine dieser Pappnasen arbeitest, arbeitest du lieber als Tagelöhner biblischen Sinnes oder gleich gar nichts mehr. Da ist dir deine Lebenszeit zu schade. Du hast ja nur diese eine. Zumindest aktuell gesehen.Doch, halt! Sei ehrlich. Nach dem fünfzigsten Sonnenuntergangskitschbild, was hast du da gedacht? „Ich stünde doch gern mal wieder im Stau. Regen, Kälte. Büroluft." Stimmt's?Ich fürchte, es gibt so Menschen wie mich, die immer das wollen, was sie gerade nicht haben. Deren Motor ist die Unzufriedenheit. Kaum hat man sich gesetzt, schon überlegt man, wo man als nächstes hingehen könnte. Ist man dort, möchte man hier sein. Macht man das, denkt man an das, was man nicht macht.Natürlich habe ich dieses Phänomen inzwischen in den Griff bekommen. Da wäre mir ja die Lebenszeit zu schade. Jetzt konzentriere ich mich ganz auf das, was ich gerade tue und tue das gern. Sonst lasse ich es einfach sein. Nur Pause machen, darf ich jetzt nicht mehr, oder im Stau stehen, oder darüber nachdenken, was ich gerade mache.Sonst ziehen auf einmal bunte Bilder von einem Sonnenuntergang vorbei. Oder von einem Amok laufendem Michael Douglas. Oder von einem Tatzelwurm im Regen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Gleichgesinnte um 15:15

Mittwoch, 16. Januar 2008

Der Gedanke aus der Tiefe des Raums

Woher kommt eigentlich ein spontaner Gedanke? Aus dem Nichts? Das glaube ich nicht, aber ich weiß es nicht genau. Manchmal habe ich ganz plötzlich eine Musik im Kopf, eine Melodie. Pling – ist sie da. Mir ist aufgefallen, dass diese aber nicht aus dem Nichts kommt. Sondern dass ein Ton, ein Geräusch oder irgendetwas eine Verbindung zu diesem Song hergestellt hat. Und da ständig Geräusche um uns sind, kommt das vor. Ebenso ist es mit Bildern, die plötzlich auftauchen. Mit Gerüchen ist es dasselbe. Es gibt immer einen Impuls, der sich seinen Weg bahnt zu einer Assoziation. Wörter können das auch. Alles was ich wahrnehme, kann mich vom eigentlichen Sinn der Wahrnehmung ganz woanders hin führen. Man muss das nur zulassen, es wollen und ein gutes Stück auch können. Kein Gedanke kommt aus dem Nichts. Denke ich. Und Gedanken zu folgen hat was. Wenn man sich die Zeit nimmt, sie zurück zu verfolgen und weiter zu verfolgen. Das Gehirn reagiert unaufhörlich unterbewusst und bewusst auf Impulse aller Art. Die Wahrnehmung dieser Impulse ist mir ein reines Vergnügen. Was man im eigenen Kopf alles veranstalten kann, ist unermesslich. Gedanken sind eben wirklich frei und gehören einem wirklich selbst. Dieser Umstand macht das Denken so wertvoll. Schade, dass nicht viel mehr Menschen davon Gebrauch machen, ihren eigenen Gedanken zu folgen. Sondern dass sie andere für sich denken lassen. Und auch das ist nur ein Gedanke.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 22:33

Wort des Jahres

Gerade wurde wieder das Unwort des Jahres 2007 gewählt. „Herdprämie“, soll die Missachtung Kinder erziehender Hausfrauen anprangern. Ich plädiere heute mal für die Wahl des Wortes des Jahres 2007 und schlage hier folgende Wörter vor. Auch andere Vorschläge werden gern genommen.“Gabriele Pauli“, weil sie uns noch fünf Jahre Stoiber in Bayern erspart hat. Weil sie nach über 50 Jahren ein bisschen Muff aus den Talaren blies und frischen Wind in die Politik brachte. Und weil sich jetzt sogar der letzte Hinterwäldler im Bayerischen Wald fragt, seit wann es in seiner CSU Frauen gibt.“Lotto-Jackpot“, weil der bis zum größten Jackpot aller Zeiten anwachsende Lottohype vielen Lottospielern erwartungsvolle Träume bescherte und sie fühlen ließ wie Porschechef Wiedekind, wenn er sein Jahresgehalt bekommt.“myWhitelist“, weil endlich eine Business-Plattform an den Start kam, die zeigen wird, dass es nicht immer nur auf die persönliche, schnelle und unmittelbare Bereicherung ankommt im Leben.Das „Wintermärchen“, das den Hallenhandballern den Weltmeistertitel bescherte und einem staunenden TV-Publikum zeigte, dass eine Liveübertragung nicht langweilig sein muss.“GDL“. Weil Asterix Schell dem kleinen Cäsaren Mehdorn klarmachte, dass „alle Züge stehen still, wenn mein starker Arm es will.“ Auch wenn der Schienenzar es gemein fand, dass sich eine Minderheit auf Kosten der Mehrheit bereicherte. Wobei festzustellen ist, dass er nicht sich und seine Vorstandskollegen meinte, die ihre Millionengehälter um über 70% anheben ließen, sondern die unverschämte Forderung der Lokführer. “Transrapid“, weil die CSU, kaufmännisch sinnvoll, immer noch glaubt, für völlig veraltete und überteuerte Technik irgendwo einen Käufer finden zu können.“Frauenfußball“, weil es endlich eine deutsche Fußballmannschaft verstand, Brasilien zu schlagen und im Tor einen richtigen Titanen zu haben. Weltmeister mit „0“ Gegentoren. Eine Benchmark für lange Zeit.“Kurt Beck“. Der Pfälzer Regionalkämpfer aus der Eckkneipe, die Antwort der SPD auf Erwin Huber. Das Mensch gewordene Energiebündel unter den Couch Potatoes. Lieber Kurt, ein deutscher Kanzler mit Bart, das wird nichts. Frag nach beim anderen Power-Rudi Scharping. Und selbst Präsident des Deutschen Radsportbundes ist kein Amt mehr, um das man sich reißen würde.Aber mein heißester Vorschlag und sicherlich auch der Favorit 2007 ist ganz klar: „Knut!“ Weil ein Eisbärenbaby es schaffte, dass die Medien mal nicht nur irgendwelche Katastrophen vermeldeten. Und weil die Menschen auf einmal wieder lächelten, wenn sie die Tagesschau ansahen.Na, Beck? Klingelt’s? Nicht Kurt, Knut Beck, gäbe noch Chancen 2009. Dann kann sogar der Bart bleiben!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Berühmte Worte um 21:21

Freitag, 11. Januar 2008

Was nützt es einem...

...wenn man Ideen hat. Wenn man Kraft hat. Wenn man Energie hat. Wenn man Lust hat. Wenn man Leidenschaft hat. Wenn man Ausdauer hat. Wenn man Lösungen hat. Wenn man Inspiration hat. Wenn man Einfälle hat. Wenn man Tatkraft hat. Wenn man Erkenntnisse hat. Wenn man Vertraute hat. Wenn man Erlebnisse hat. Wenn man gelernt hat. Wenn man Bewunderer hat. Wenn man verstanden hat. Wenn man Liebe hat. Wenn man erkennt. Wenn man sieht. Wenn man hört. Wenn man Überzeugungen hat. Wenn man bemerkt. Wenn man fühlt. Wenn man Meinungen hat. Wenn man riecht. Wenn man Intuition hat. Wenn man Richtungen hat. Wenn man schmeckt. Wenn man Vorstellungen hat. Wenn man Qualitäten hat. Wenn man Gewissheit hat. Wenn man will. Wenn man kann. Wenn man glaubt, alles gesammelt zu haben und weiterhin sammelt, was einem selbst und anderen von sehr großem Nutzen sein muss. Wenn man mit dem sicheren Gefühl aufwacht, die Fähigkeit und Bereitschaft zu besitzen, etwas besonders leisten zu können. Aber dieses gute Gefühl ständig von dem gleichen Umstand getrübt wird – dass sich das alles nicht in zählbarem Erfolg ausdrückt? ...Viel. Man ist auf dem richtigen Weg. Nur noch nicht angekommen. Also – weiter gehen. Für einige ist es eben besser, einen ganzen Lebensweg auf dem Richtigen zu wandeln und eventuell nicht alle Ziele erreicht zu haben, als dafür falsche Ziele zu haben und ein Leben lang auf dem Holzweg gewesen zu sein.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 15:44

note werbeagentur münchen - gemeinsam statt einsam - Plakat Nr. 17

note werbeagentur münchen - gemeinsam statt einsam - Plakat Nr. 17
note werbeagentur münchen - gemeinsam statt einsam - Plakat Nr. 17

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 10:24

Dienstag, 8. Januar 2008

Das unüberwindbare Lösungsproblem von Problemlösungen

Das Problem von Lösungen ist, dass diese oft nicht als solche gesehen, erkannt oder betrachtet werden wollen. Denn die meisten Menschen, die über Lösungen nachdenken sollen und über diese entscheiden müssten, tun dies ganz und gar nicht so gern. Denn da, wo eine Lösung sich den Weg bahnt, scheint es ein Problem zu geben. Somit könnte man ja selbst ein nicht geringer Bestandteil des eigentlichen Problems sein. Was man offen eingesteht, wenn man zu einer Lösung greift. Darum haben es Lösungen schwer, weil es ja eigentlich kein Problem geben darf. Denn alles läuft wie immer geplant. Also, was soll man dann mit einer Lösung anfangen, wenn es doch kein Problem geben darf? Somit steht man mit seinen Lösungen wie mit leeren Händen da. Kein Problem – keine Lösung. Deshalb fährt man im Business grundsätzlich besser, wenn man "keinem Problem" mit "keiner Lösung" begegnet. Das hat sich herum gesprochen. Denn man fährt weitaus besser, wenn man das Bestehende schon mal vorab hoch wertschätzt und die Lösung als eine Weiterführung, Begleitung oder Weiterentwicklung deklariert. Nur nie das Wort Lösung dafür verwenden – obwohl es natürlich dasselbe ist.Auf einer solchen Grundlage gibt es schon mal keine Probleme und keine Lösungen, sondern es geht einfach nur weiter. Niemand fühlt sich angegriffen. Niemand ist schuld. Niemand hat ein Problem. Das sind gute Vorraussetzungen, etwas in die Tat umsetzen zu können.Können. Worte wie Lösungen und Ideen lösen eben oft Panikattacken auf der Gegenseite aus. Man stelle sich nur mal vor, da rennt jemand zu seinem Chef und sagt, wir haben eine Lösung. Und der fragt verdutzt: Was war denn das Problem? Und weil niemand Probleme hat und haben will, benötigt auch niemand Lösungen. Sondern nur das verständnisvolle fortführen von etwas Bestehendem. Auch wenn es in eine ganz andere Richtung geht. Der Ton macht bekanntlich die Musik. Und wie man es in den Konferenzraum rein ruft, so schallt es auch heraus. Ich gebe zu, dass klingt kompliziert – ist aber so.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 15:24

Montag, 7. Januar 2008

Werbewirtschaft

Die aktuelle Diskussion in Xing und zuvor in anderen Foren wirft bei mir verschiedene Fragen auf, deren Antworten mir nicht so leicht fallen. Offensichtlich ist es ja so, dass dem überwiegenden Teil der umworbenen Verbraucher die permanente Berieselung mit Werbebotschaften nicht schmeckt. Der Xing - Eskalationsservice wurde auf Druck der bezahlenden Mitglieder gezwungen, einen Ausschaltknopf nachzuliefern, der die Werbung individuell abschalten lässt. Automatisch steht dieser Knopf allerdings auf Opt-Out, also Werbung ist „ein“, obwohl er menschlich, geschäftlich und juristisch gesehen auf Opt-In stehen müsste. In seltener Freimütigkeit kam dazu auch die Begründung des aktuell überforderten Beschwerde-Managements. Stünde diese Funktion automatisch auf Opt-In, also Werbung „aus“, würde ja kaum einer die Werbung freiwillig einschalten. Hm. Was, frage ich mich, geht jetzt in den Köpfen der werbetreibenden Industrie vor, die wissen, dass ihre Werbung nervt, sie aber trotzdem lustig weiter schalten? Gilt tatsächlich, auch schlechte Werbung ist Werbung? Hauptsache, Aufmerksamkeit! Oberflächlich gesehen, ja! Die Verbraucherherde stürmt die Läden der “Geiz-ist-geil-und-wir-hassen-teuer-und-uns- ist-nichts-zu-blöd-Kette“. Das Klatschvieh zahlt viel Geld für Karten zum Musikantenstadl, um dort die jubelnde Kulisse zu mimen und der Wähler wählt wie immer diejenigen, die ihm am meisten Geld aus der Tasche ziehen. Ist das der Weg, der vor uns liegt? Immer mehr von dem geistlosen Blödsinn an Werbeschaltungen in allen Medien, immer kompakterer Marketing-Mix auf breiter Front? Immer mehr der hirnverbrannten TV-Quizsender, mehr Boulevardpresse, mehr linke Politik by Utopia? Das Pferd ist zwar tot geritten, dann kaufen wir halt jetzt zwei Pferde. Was wären denn die Konsequenzen, würden wir Verbraucher mal auf etwas anderes schauen als auf den Preis. Auf die Qualität zum Beispiel. Oder den Inhalt? Dann wächst Xing vermutlich nicht auf 6 Mio Mitglieder, von denen ich ja sowieso nur sechs Mitglieder direkt kenne. Dann schalten vermutlich von den 30 TV-Sendern 25 ab und vermutlich bekommt ein Schweinipoldi auf der Ersatzbank 2-3 Millionen weniger Jahreseinkommen. Aber sonst? Wer stoppt diesen Ausverkauf eines der einst kulturell und geistig führenden Länder? Die Industrie, die eine Kehrtwendung ihrer Reklamestrategie fährt, der Verbraucher, der wieder beim Fachhändler einkauft und sich nicht nur umsonst beraten lässt, Der Consumer, der die Einschaltquoten der Niveaulosen in den Keller zappt? Der Verkauf von Biolebensmitteln ist im letzten Quartal wieder gestiegen. Vermutlich von 0,5 auf 0,6% des Gesamtumsatzes. Genauso wie die Arbeitslosenquote weiter gefallen ist, weil wieder 100.000de Billigjobs die Statistik schminken, aber den Arbeiter nicht ernähren. Mir fehlt der Glaube. Was also tun? Es selbst besser machen, klar! Es den Leuten im eigenen Umfeld vermitteln, auch klar! Ich weiß noch nicht mal, ob ich meine Premium-Mitgliedschaft bei „Xingsam, öffne dich nicht“ kündigen soll. Weil ich mir gern den Werbemüll ersparen will. Auch wenn er später unweigerlich kommen wird. Und vielleicht auch, weil ich Trottel den Jahresbeitrag 2008 bereits bezahlt habe. Mein Aufruf an alle Werbetreibenden und Werber. Denkt um! Lebt um! Macht um! Jede kleinste Verbesserung weg von Quantität hin zur Qualität kann der winzige Tropfen sein, der die Sintflut auslöst. Für alle weiteren Anregungen dankbar. Schöne Grüße aus der Wüste.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 07:47

Sonntag, 6. Januar 2008

Die Flipper-Strategie

Wer kennt das nicht – einiges zu tun, viel noch nicht erledigt und noch mehr kommt auf einen zu. Berge von Problemen, die man in Neudeutsch Herausforderungen nennt. Es wird so viel, zu viel, so dass man nicht mehr weiß, wo man anfangen soll. Denn jeder Anfang frustriert unendlich beim Gedanken daran, was noch alles vor einem liegt. Dann lieber alles liegen lassen und hoffen, dass sich vieles von selbst erledigt. Was es aber in der Regel nicht tut. Man verliert die Übersicht und ist mehr damit beschäftigt, sich das nicht anmerken zu lassen, als etwas dagegen zu tun. Der psychische Stress steigt und steigt, bis er sich auch körperlich auswirkt. Wie soll man diese Mengen bewältigen? Wie soll man in diesem Tempo mithalten? Ganz einfach – die Flipper-Strategie.Jeder kennt hoffentlich einen Flipper, diesen Spielautomaten. Man schießt die Kugel los und reagiert auf das, was kommt. So lange bis die Kugel aus dem Spiel ist. Dann schießt man die nächste Kugel ins Spiel. Also völlig ungeordnet, völlig zufällig.Man fängt einfach an, ohne Regeln, ohne Ordnung, ohne Prioritäten, ohne bewerten und am besten ohne groß nachzudenken. Man stürzt einfach auf das Erste, was einem begegnet und dabei begegnet man dem nächsten und so weiter und so weiter. Das gute an der Taktik ist, dass man nicht ständig die Fülle der Dinge vor Augen hat, sondern gar nicht merkt, wie man ein Problem nach dem anderen hinter sich lässt. Erst diese Art von Chaosprinzip lässt uns eine neutrale Einstellung zu den Dingen finden. Wir begegnen allem und allen zufällig. Das macht die Begegnung mit den Problemen so einfach. Und die Lösung ebenso. Denn wenn man plant, überdenkt man auch die Thematik, die Tragweite der Aufgaben, die da vor einem liegen. Und dieser Berg kann zu einem unüberwindbaren Gebirge werden. Da bleibt man doch lieber im Tal sitzen. Ich habe diese Strategie selbst ausprobiert. Zuerst im privaten Umfeld. Flipper-Aufräumen. Das heißt, einfach irgendwo anfangen und alles erledigen, was einem begegnet. Wo es einen hintreibt. Was einem ins Auge sticht, über was man stolpert. So schießt man wie die Flipperkugel so lange durch die eigenen vier Wände, bis die Kugel auf nichts mehr trifft, was man aufräumen könnte. Fertig. Es geht auch schneller. Und ich glaube sogar besser. Die Systematik und die Planung an sich kostet Energie und Zeit und wie gesagt, hält einem die Größe der zu bewältigenden Probleme ständig vor Augen. Wer will das sehen, das zieht total runter. Aber das kann man ja mit der Flipper-Strategie umgehen. Die Flipper Strategie ist eine intuitive und emotionale Steuerung. Das locker zu bewältigen, was einem ständig zu viel wird. Probiert es mal selbst aus, Ihr werdet begeistert sein. Zusätzlich unterstützen kann man diese Strategie durch laute und coole Musik, die einen wie auf Händen trägt.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 20:01

Samstag, 5. Januar 2008

Die XING-Kirche im Dorf lassen ?

Also, ich möchte da mal eine Lanze für XING brechen. Da sind viele Tausende von mehr oder weniger ungeladenen Gästen, die nichts zahlen, aber ständig herumnörgeln und den Kühlschrank leer futtern. Und dann räumen sie nicht mal auf und lassen jede Meinung einfach so links liegen. XING ist nicht die Caritas. XING ist eine AG. Somit ist die Empörung über den Versuch, zusätzlich Geldmittel zu erzielen, eigentlich unverschämt. Wenn alle nur 1 € im Monat zahlen würden, bliebe XING auf diese Art und Weise sicher bis auf weiteres werbefrei. Obwohl ich für diese These meine Hand nicht in warmes Wasser legen würde. Das mit der Habgier ist so eine Sache. Wer hat denn bis dato den größten Nutzen von XING? Diejenigen, die nichts zahlen, aber ordentlich Networking betreiben und Geschäfte für - nothing - realisieren. Wo gibts das noch? Wo gibts denn so was? Nichts ist billiger als XING, wenn man kein Premium Mitglied ist. Ich bin aber eins. Dumm gelaufen. Darum habe ich schleunigst meine Premium Mitgliedschaft gekündigt. Denn auch ich will dann doch lieber zu den Gewinnern zählen, als zu den Deppen, die dafür bezahlen, dass andere, die nichts dazu beisteuern, davon profitieren können. Somit ist die Zeit des virtuellen Freibiers auf Kosten des Hauses und der Premium Mitglieder und der Sponsoren vorbei. Mit Recht. Gesundschrumpfen scheint die Strategie. Mit allen Konseqeunzen. Denn warum soll jemand die Kirche im Dorf lassen, wenn er an fünf Fingern abzählen kann, wann ihm das Wasser bis zum Hals steht? Über das wie läßt sich vortrefflich streiten, aber warum? Es ist deren Plattform. Es ist deren Party. Somit stellt sich letztendlich auch XING die Frage, was bringen die Mitglieder eigentlich mit zur Party? Die meisten nichts. Das ist ein Problem und das wird auf Dauer zu teuer. Somit muss man leider für die Vorgänge großes Verständnis aufbringen. Aber das tue ich für Radio Arabella, Tele 5 und RTL 2 auch. Was sollen die Armen denn machen? Wenn der relevante Kundennutzen nicht ausreicht, dann sieht die Quote der Premium Mitglieder und der Geldfluss der Sponsoren eben so aus, wie er aussieht - erbärmlich. Und wie die Sender, muss man dann alle Werbeformen nutzen und erfinden, um den letzten Euro aus der Sache zu pressen...Ruf mich an...Die Ideen für XING und deren profitable Zukunft liegen somit auf der Hand. Der Vermarktungsmarathon beginnt. Stünde da e.V. und nicht AG hinter der Namensgebung, könnte man sich das ersparen. Aber so läuft es nun mal. So und nun reicht es mit der Lanze, zurück zur eigentlichen Haltung. Ich persönlich empfinde die Idee, Werbung auf den Profilen zu schalten, als eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts. Das geht nicht. Daran will ich mich nicht gewöhnen. Man stelle sich mal vor, bei der nächsten Bundestagswahl kommt eine Partei, die nicht die meine ist, auf die Idee, auf meinem Profil Werbung zu schalten!?!? Aber die Idee, dass XING neue Ertragsquellen erschließen will und muss, empfinde ich als wesentlich und wichtig. Aber warum muss eine neue Idee auf ausgetretenden Pfaden wandeln und das auch noch so plumb, dumm, wackelig und orientierungslos? Warum geht XING nicht mit gutem Beispiel voran und entwickelt innovative neue Vermarktungsformen? Vermarktungsformen, welche die Networking-Führerschaft unterstreichen, erlebbar machen. Also, ich würde erst mal am relevanten Kundennutzen arbeiten. Und zwar so hart, dass die Anzahl der Premium Mitglieder rasant ansteigt. Damit die Kooperationspartner aus der Wirtschaft Schlange stehen. Auch hier gilt, die bessere Idee gewinnt. Wird gewinnen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 12:13

Freitag, 4. Januar 2008

Bürokratie 1

Zum neuen Jahr 2008 wird hier ein neues Forum aus der Taufe gehoben. Ein zutiefst deutsches Forum. Wir stellen in loser Folge die tollsten Beispiele beeindruckendsten Bürokratiewahnsinns vor und bitte um Zusendung ähnlich gelagerter Beispiele.Am Quartalsende, dem Standardmaß deutscher Manager-Weitsicht, wählen wir dann den „Tor des Quartals“ oder „die Super-Tollheit bürokratischer Empathie“.Das können wahnwitzige Vorschriften der Stadtwerke sein, lächerliche Verordnungen einer Gemeindesatzung, die Willkür eines rosaroten Konzerns im Kundenservice oder die unbegreifliche Sturheit von Oma Erna bezüglich ihres Gartens. Hauptsache, die Beispiele zeigen, was das Thema so lustig und so traurig macht, die totale Absenz jeglichen gesunden Menschenverstandes.Beginnen möchte ich unsere Serie mit einem harmlosen Schild:Ende der 30 km-Begrenzung steht hier. Eine Aufforderung an den durchschnittlichen deutschen Autofahrer, vom dritten in den vierten Gang zu schalten und wieder Gummi zu geben. Doch leider, nach 20 Meter macht die Straße eine 90° Linkskurve. Gut, dass der Acker geradeaus eine lange Auslaufzone bietet. Wer es trotzdem schafft, sieht sich bereits nach weiteren 50 Metern wieder gemein ausgebremst. Geradeaus geht es in eine Sackgasse, die nur für Anlieger gedacht ist und nach rechts weist ein blaues Verkehrszeichen auf etwas hin, was unserem Nachwuchs-Schumi jetzt endgültig die wütende Ralf-Röte ins Gesicht treibt. Ab hier Fußgänger- und Fahrradstraße. Ich weiß, die meisten Leser dieser Glosse halten dieses Schild für den Wahnsinn des Quartals.Was ich nicht weiß, ist wieviel so ein Verkehrsschild kostet, inklusive Aufstellung und Wartung durch den städtischen Putztrupp. Jedoch erscheint mir der Standort des "Ende der 30 km Beschränkung - Schildes" beim Verlassen einer 30-er Zone für glatte 50 Meter freier Fahrt dann doch etwas - wie soll ich sagen - typisch beamtisch?Mein Vorschlag Nummer 1.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Deutschland ein Sommermärchen um 13:16

Mittwoch, 2. Januar 2008

Mein Wunsch fürs neue Jahr

Das 08 alles andereals 08 15 wird.Bitte ordentlichRock ‘n‘ Roll stattEintönig.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 17:39

Na, Anpassungsschwierigkeiten beim kollektiven Zielgruppen-Niveausinkflug?

Häufig treffe ich auf Gesprächspartner, vor allem bei Neugeschäftskontakten, die mir ihr Leid klagen. Der völlige Zerfall von Sitte und Anstand, von so etwas wie Niveau in der Werbung. Dass die Werbung sich sukzessive dem sich im freien Fall befindlichen Niveau anpassen muss. Das tut offensichtlich weh, das schmerzt. Und dass man das überall erkennen kann. Ich sage dann: „Entschuldigung, aber Sie machen nur Werbung! Wenn Sie wirklich und ernsthaft etwas mit Niveau wollen, dann wechseln Sie besser die Branche.“ Denn diese Entwicklung geht offensichtlich weiter. Nicht lange und es geht in Sachen Niveau noch viel tiefer, viel, viel tiefer. Schauen Sie sich mal die Entwicklung im Fernsehen an, dann haben Sie eine Ahnung wohin die Reise geht. Oder im Radio, oder...Alle wollten eine Konsumgesellschaft. Alle wollten Massenmärkte. Jetzt sind wir auf dem Weg dahin. Keiner hat dabei darüber nachgedacht, wie ein Essen schmecken muss, das allen gleichermaßen schmeckt. Jetzt wissen wir es, nach – nichts. Denn nur wenn es nach „Nichts“ schmeckt, kann es keinem nicht schmecken. Denn es schmeckt ja nach nichts. Das ist allemal besser, als wenn es einen Geschmack hätte. Denn der wird unter Garantie jemandem nicht schmecken. Und genau diesem „Nichts“ müssen sich alle anpassen. Das bereitet vielen Sorgen und Probleme. Weil sie überzeugt sind und glauben, es müsste doch nach etwas schmecken, dass "Nichts". Das ist natürlich Blödsinn. Trinken sie mal die fünf meistverkauftesten Exportbiere der Welt. Die haben alle eins gemeinsam - die schmecken nach nichts. Das Schöne an diesen Branchen und Produkten - es ist nichts und es bleibt nichts. Och kommen Sie, Herr Hintze sagen die dann. Das kann doch nicht sein, dagegen muss man doch etwas machen können. Nein, antworte ich dann. Sie müssen nur Ihre Anpassungsschwierigkeiten loswerden und sich dem Gang der Dinge besser anschließen. Sonst wird der Alltag ja zur Hölle. Das mit dem Niveau in Konsummärkten ist Ihr ganz eigenes Problem. Das müssen Sie loswerden. Sonst wird das Leben für Sie und Ihre Lieferanten zur Hölle. Da draußen tobt der Konsumkrieg und Sie reden ständig von Abrüstung, Friedenstauben, Lichterketten. Sind Sie noch zu retten? Wenn Sie überleben wollen, brauchen Sie Munition und keine Luftballons. Echte Munition. Mensch Herr Hintze, Sie haben doch immer so tolle Ideen. Ja, aber nicht für solche Märkte, solche Branchen, solche Umfelder. Meine Wirkung kann sich leider nur da entfalten, wo sich Anspruch, Niveau, Wert und Qualität überhaupt auf eine Idee übertragen lassen. Und das geht nur in ganz besonderen Fällen. Nicht in Ihrem. Das ist gemein, höre ich dann. Ja aber, da kann man wirklich nichts machen? Doch, mitmachen. Noch gröber, noch lauter, noch billiger, noch niveauloser. Also, machen Sie den Preisstörer noch größer, das Produkt noch größer, das Logo noch größer und den Rabatt noch größer, die Zugabe noch größer, das Gewinnspiel noch größer....Aber das will doch keiner, das funktioniert doch schon lange nicht mehr. Dann überspringen Sie zwei Niveaustufen und machen das alles noch 2x größer. Veräppeln Sie die Kunden doppelt so übel wie der Wettbewerb. Ja aber das führt doch zu nichts? Klar – stimmt - na und. Das führt unweigerlich zur Pleite. Ist doch gut, dann hat das alles wenigstens ein Ende. Und dann? Bis dahin ist noch lange. Dann wird man schon sehen. Überqueren Sie die Brücke, die vor Ihnen liegt und nicht Brücken, die noch gar nicht in Sicht sind. Denken Sie nur kurzfristig. Langfristiges denken zahlt sich nur langfristig aus. Da haben Sie nichts mehr davon. So blöd werden Sie doch wohl nicht sein. Können Sie so was denn machen? Ich ?! Nein. Ich kann das nicht. Überhaupt nicht. Das können andere viel besser. Ja aber Herr Hintze, Sie können mir doch nicht erklären, wie es geht und mir dann sagen, dass Sie das nicht machen können. Doch kann ich. Muss ich sogar. Das ist ja ein Ding. Ich mache Kommunikation, keine Werbung mehr im eigentlichen Sinne. Ich denke nicht über Werbemittel nach sondern über Kommunikationsmittel -formen und -wege. Das ist etwas völlig anderes. Werbung interessiert mich nicht. Mich interessiert Kommunikation, zwischen Menschen, Firmen, Kunden bis hin zu Tieren. Das Verstehen steht für mich im Mittelpunkt. Nicht, dass ich was verstehe, sondern dass der Empfänger das versteht, was ich wirklich kommunizieren wollte. Was gibt es an Ihrem Produkt nicht zu verstehen? Na also. Ich denke mir keine Tricks aus, wie man Menschen so beeinflussen kann, dass diese auf etwas hereinfallen. Mist. Ich dachte schon. Aber wir verstehen uns doch so gut. Sehen Sie, genau das ist mein Job, mein Ziel. Jetzt muss ich nur noch rausbekommen, wie ich damit Geld verdienen kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 17:17

Sonntag, 30. Dezember 2007

Einkauf

Als ich jetzt nach den Feiertagen von meinem Weihnachtsengerl in eines dieser Einkaufszentren geschleppt werde, „da ist es beheizt und schneit nicht - und jetzt ist alles so billig“, fragte ich vorher - natürlich ohne Sinn und Zweck, „was brauchst du denn?“ Zwei fremde Galaxien sehen sich an.Ich weiß, wann es klug ist, zu kämpfen - und wann nicht. Am Freitag fuhren wir also am frühen Nachmittag in Richtung OEZ. EZ steht für Einkaufszentrum. O vermutlich für „Oh Gott, oh Gott“. Natürlich hatte außer uns niemand die Idee, gerade an diesen Tagen direkt nach Weihnachten ein EZ zu besuchen. Deswegen nahmen wir schon nach 30 Minuten Wartezeit in der Schlange vor der Einfahrt zum Parkhaus („da kann man direkt vor der Tür parken“) schwungvoll die Rampe nach ganz oben aufs Dach, das Parkdeck der Hoffnungslosen. Ich kam mir vor wie nach einem Spiel in der Allianz Arena mit lauter Zugroasten, die an der Schranke der Ausfahrt feststellen, dass man sich zum Öffnen der Schranke vorher eine Karte besorgt hätte haben sollen.Aber wir hatten Pech, gerade fuhr ein - offensichtlich komplett geschaffter - Ehemann in strahlender Begleitung aus einer Lücke. Also rein und dem Unvermeidlichen in die hässliche Fratze geschaut. Die Augen meiner Frau leuchteten in heller Vorfreude.Wenn wir im Marketing immer von „magnetisch für die Kunden werden“ schwadronieren, dann sollte sich jeder rauchende Theoretiker mal hier umschauen. Das Leben tobt. Der Rausch feiert Fruchtbarkeitsritus und die avisierte Zielgruppe macht jeden Verkäufer platt, sollte es einer wagen zwischen sie und ein Regal zu kommen. Deswegen gibt es auch keine Verkäufer wie ich feststelle. Es gibt zwei Kassenkräfte, die die zwei Kassen wie eine Tastatur bei der Weltmeisterschaft zum Glühen bringen, eine Maschinistin, die die glühenden Kassenteile ab und zu vereist und eine Umkleidekabinenkraft, die alle drei Minuten, die riesigen Kleiderballen zurück in den Verkaufsraum schafft, von denen die einkaufenden Amazonen glaubten, sie kämen in Größe 38, nur weil die Schaufensterpuppen aussehen als brächte man sie nicht über diese kalten Tage.Nur von Magnetfeldlinien sehe ich nichts. Ich stelle jedoch ein paar andere Dinge fest. Erstens: Ich sollte Güter des täglichen Bedarf an Consumer verkaufen und nicht Investitionsgüter an Businesskunden, zweitens es braucht nicht viel, um magnetisch zu werden. Ein paar Fotos von verhungerten Mädchen in undefinierbaren Klamotten, etwas zu laute Musik, kein Personal und ein Pricing, das einen günstigen Preis suggeriert. Also etwa 9.99, 14.90 und 19.99 Euro. Die eingenähten Schildchen mit „Made in Bangladesh“ liest außer mir hier sowieso niemand. PISA grüsst. Dann noch ein paar grelle Schilder mit „Rabatt“ und „Sonderverkauf“ verteilt und los geht die wilde Fahrt. Außerdem stelle ich fest, dass sich ab und zu auch Leute über 30 in den Laden verlaufen, bis sie feststellen, dass es nichts über Größe XXM gibt und dass es selbst für wartende und letztlich zahlende Ehemänner keinerlei Gelegenheit gibt, nicht im Weg herum zu stehen, geschweige denn sich irgendwo hin zu setzen.Als nach einer gefühlten dreiviertel Stunde mal wieder meine Frau vorbei geschoben wird, signalisiere ich ihr, dass ich draußen warte, da wo es warm ist und nicht schneit. Ob sie mich verstanden hat, kann ich nicht erahnen. Ich bin allerdings froh, ohne größere Blessuren aus dem Fegefeuer entkommen zu sein.Als ich wieder etwas Luft bekomme, sehe ich mich um. Eine fremde Welt. Die Läden heißen „Cocos, Tally Weijl, Pimkie und Xanaka“. Und verkaufen alle irgendwie dasselbe. Mit denselben Fotos an der Wand wie mir scheint. Doch da! Ein Hoffnungsschimmer, ich sehe ein Geschäft, das mir vertraut vorkommt: Hofpfisterei.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Lektion um 12:00

Freitag, 28. Dezember 2007

Zahlen Sie nur noch für Ideen

Anstatt an allen Ecken und Enden die Budgets zu drücken und zu kürzen, sollten werbetreibende Kunden dazu übergehen, nicht mehr Werbemittel und -maßnahmen zu vergüten und zu bezahlen, die mehr schlecht als recht sind, sondern die Idee fürstlich zu entlohnen.Denn die Agenturen geben diesen Druck in der Regel weiter an ihre Lieferanten. Somit leidet letztendlich die so wichtige Qualität. Nicht die der Ideen, aber der Werbemittel und -maßnahmen. Dann würde auch das ständige drehen an den Budgetschrauben aufhören. Zahlen Sie Ihrer Agentur ein Werbemittelverhinderungshonorar und für Ideen, die mit wenig Aufwand viel bewirken, belohnen Sie Ihre Agentur. Und das Beste daran, Werbung würde wieder funktionieren. Dafür müssten aber beide Seiten wieder die sinnvolle Einsicht gewinnen, dass nur Ideen etwas bewirken. Agenturen wollen möglichst großen Aufwand produzieren. Kunden möglichst wenig Geld ausgeben. Das ist ein Widerspruch, der keiner sein müsste. Denn was passiert da draußen. Die Kunden halten den Agenturen die Budgetwurst vor die Nase und die machen alles dafür, um an die Wurst zu kommen. Fahren an allen Ecken und Enden auf. Dann, wenn die Agentur voller Genuss zubeißen will, zieht der Kunde die Budgetwurst wieder weg. Und nun soll das alles mit 10% der Summe ebenso funktionieren. Was es natürlich nicht tut und nicht kann. Aber wen interessiert das. Die Agentur macht an dem Deal ab jetzt nicht nur Verlust, sondern auch auf Sicht ... ???. Zudem wird ein 100% Konzept mit 10% nicht das erzielen, was man eigentlich wollte. Somit verliert die Agentur auch noch den Respekt des Kunden. Was macht die Agentur, die drückt alle Lieferanten. Presst sie aus wie ein Zitrone, um überhaupt noch etwas an dem Kunden zu verdienen. Auch das ist keine unendliche Geschichte. Die Dinge werden auf immer dünnerem Eis umgesetzt. Das geht natürlich in die Hose.Die Kunden glauben nicht an Ideen. Und die Agenturen haben vergessen, was das eigentlich noch mal war. Ideen beeindrucken durch ihre Wirkung, die sie entfalten. Diese ist genau die wünschens- und erstrebenswerte Wirkung. Und eine gute Idee übertrifft sogar diese Vorstellungen. Nun weiß aber so gut wie niemand mehr, was eine Idee ist. Sogar die Zielgruppen sind dem nur noch selten begegnet. Deshalb sind alle noch überzeugt, die Zielgruppen verstehen das sicher nicht. Was natürlich Blödsinn ist, denn eine Idee wirkt immer. Die setzt nichts voraus. Somit scheint der Druck und das Leiden noch nicht den Höhepunkt erreicht zu haben, damit das Blatt sich wendet. Aber mit Blick auf die elenden Diskussionen, auf die fehlende Wirkung, auf die steigende Unzufriedenheit, kann es nicht mehr lange dauern. Dann fällt es allen wie Schuppen von den Augen. Genau – um die Idee – ging es.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 09:44

Donnerstag, 27. Dezember 2007

Vom Kampf gegen Windmühlen – Vorurteile

Es ist sinnlos. Das wissen fast alle. Trotzdem unternehmen Unternehmen fast alles, um den Kampf gegen Windmühlen aufrecht zu erhalten. Mit der Absicht diesen nicht zu gewinnenden Kampf letztendlich dann doch für sich zu entschieden. Was zwar unmöglich ist, aber deshalb auch das große Engagement. Wie blöd? Wie teuer? Wie sinnlos? Wie aufwendig? Nun gut. Der Kampf gegen Vorurteile und diese richtig zu stellen und zu rücken ist einer auf verlorenem Posten. Immer. Man sollte aus dem Vorurteil einfach mal das „rur“ nehmen, dann bleibt das übrig, um das es geht – Vorteil. Warum schöpfen die Unternehmen nicht Vorteile aus den Vorurteilen? Damit würden sie wesentlich besser fahren. Aber das Unternehmen möchte, dass ihm Gerechtigkeit widerfährt - um jeden Preis. So ein Quatsch. Anstatt sich darüber zu freuen, dass der Kunde sich überhaupt ein Urteil gebildet hat, zwar ein Vorurteil, aber immer noch besser, als wenn er sich gar kein Urteil bilden würde. Nein, da will er dem Kunden seine Meinung nehmen und diese im Kopf umdrehen. Warum?Wollen Unternehmen nicht Geld verdienen? Produkte und Dienstleistungen verkaufen? Ist mir da etwas entgangen? Die großen Drei in diesem Land, die sich über die Vorurteile freuen dürfen, sind die Bahn, die Post und die Telekom. Die können machen, was sie wollen, der Kunde hat immer mehr erwartet. Der kleinste Fehler wird nicht entschuldigt und nicht verziehen. Die kleinste Unzulänglichkeit wird wie ein großes Vergehen bewertet. Egal was die Drei auch machen, die stehen immer schlechter da als alle anderen. Würden sie es sogar gleich gut machen, dann würde dieselbe Leistung aber 30% niedriger bewertet werden. Das bedeutet wie in der Schule früher, man gibt denselben Aufsatz ab, der eine bekommt eine 2, diese Unternehmen bekommen aber eine 5 - für dasselbe. Anders herum. Würde ein x-beliebiges Unternehmen nur eine 5 abliefern, müsste einer der Drei eine 2 abliefern, um gleich bewertet zu werden. Und trotzdem unternehmen die Unternehmen alles, um dieses Loch des Vorurteils zu schließen. Meine Theorie sagt das Gegenteil aus. Lieben wir die Vorurteile. Machen wir Vorteile daraus. Machen wir sie uns zu eigen. Nutzen wir diese. Womit kann man mehr Sympathiepunkte sammeln als mit seinen Schwächen. Diesen mit dem nötigen Humor zu begegnen. Sich über sich selbst lustig zu machen, ist nicht nur eine besondere Stärke, sondern der Anfang von so etwas wie wirklich cool zu sein.Ich möchte an dieser Stelle nicht zu viel verraten, aber wenn man sich in den Kulturen in der Geschichte mal umsieht, was Völker aus ihren Vorurteilen gemacht haben, dann können diese Unternehmen viel davon lernen.Eine Idee z.B.: Wenn auf dem Bahnsteig dem Reisenden vermittelt wird, dass sein Zug 20 Minuten Verspätung hat, warum erklingt danach nicht: Always look on the bright side of live....Ich denke, wer seine Vorurteile mit Humor nimmt und diese pflegt, der widerlegt sie letztendlich. Man nimmt den Speerspitzen die Spitzen. Somit werden diese stumpfer und stumpfer. Schotten, Ostfriesen, Schwaben.... die kennt man wenigstens. Und die werden einen Teufel tun, ihre Vorurteile zu bekämpfen. Sie nutzen diese. Welcher Schwabe hat, wenn es um Geld geht, noch nie in seinem Leben gesagt: Entschuldigen Sie, aber ich bin Schwabe.Was würden mir für wunderbare Dinge einfallen, die aus Vorurteilen große Vorteile machen würden. Aber mich fragt ja keiner.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 17:06

Mittwoch, 19. Dezember 2007

Das note movie ist da - turn it on - 2008 kann kommen

was wir uns und allen anderen wünschen haben wir in diesen film gepackt. 2008 kann kommen: turn it on! viele grüße und alles gute vom note-blog und der note werbeagentur. stay hungry, stay foolish!

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:36

Montag, 17. Dezember 2007

[note] turn it on | 2008: Das note-movie auf YouTube zum Zweiten

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 14:15

YouTube. Der note Film. Turn it on - 2008

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 08:25

Freitag, 14. Dezember 2007

Bumm

Viele Unternehmen, Organisationen, Branchen, Märkte bis hin zu Menschen sind nicht davor geschützt, dass sich in ihrem Leben Dinge zutragen – im positiven wie im negativen Sinne – die auf einen Schlag alles verändern. Alles aus einem anderen Blickwinkel aus betrachten lassen.Dinge, die alles, was vorher war, verwischen und vergessen lassen und alles kommende neu definieren. Das passiert ständig. Der Fehler, den viele nur machen, ist sich nicht oder langsam darauf einzustellen. Anstatt den Wandel sofort zu erkennen und zu akzeptieren, verzögert man diesen so wichtigen Prozess. Man verliert so in der Regel die wichtigste Zeit zu reagieren. Zu agieren. Und muss somit mit allen daraus entstehenden Folgen potenziert rechnen. Die Dinge können sich innerhalb kürzester Zeit grundlegend ändern. Wer die Fähigkeit und Bereitschaft entwickelt oder mitbringt, sich diesen Prozessen ohne Vorbehalt sofort zu stellen, der ist im Vorteil. Denn mit der Trägheit der anderen kann man sicher rechnen. Wie auch mit der fehlenden Flexibilität.Wenn man sich die Entwicklung von Produkten mal ansieht, wie dem Auto oder dem Fernseher, der wird feststellen, dass die wenigsten Entwicklungen aus eigenen Antrieb entstanden sind. Sondern weil einer diese neue Entwicklung ausgelöst hat und alle anderen hinterher müssen. Müssen. Genau so kommt das dann auch rüber. Die Innovatoren und Erfinder sind nur ganz wenige. Ganz, ganz wenige. Aber wenn die etwas auslösen, dann zieht das immer eine riesige Welle der Veränderung hinter sich her. Der Antrieb, etwas wirklich Neues sofort umzusetzen, ist nur ganz wenigen vorbehalten. Die Masse wartet darauf, dass jemand es ihnen vormacht.Und so sitzen sie da. Und warten auf diesen einen Moment, der alles verändert. Warten, ob diese Veränderung Früchte trägt. Ob alle anderen auch mitmachen und dann macht man selbst auch noch mit. Wenn man noch kann. Viele haben auch den letzen Waggon des Zuges der Entwicklung regelmäßig verpasst. Nicht mal auf den konnten sie noch aufspringen. Die haben eben den Knall von dem Bumm nicht gehört. Pech.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 08:30

Donnerstag, 13. Dezember 2007

Isoliert betrachten lernen

Wie ich schon ausführlich im Beitrag „Das Ereignisprinzip“ beschrieben habe, stellt der Mensch Verbindungen her, wo keine sind. Oder zu voreilig. Oder zu viele. Oder zu wenige. Oder keine, wo welche sind. Die sinnvolle Verknüpfung von Ereignissen ist eines der schwierigsten Dinge. Wie stehen die Dinge, die passieren zueinander? In welchem Verhältnis, mit welcher Wirkung? Der Mensch hat ein nicht kleines Problem mit der Wechselwirkung. Hier verwechselt er am meisten. Das Grundprinzip in der Betrachtung eines jeden Ereignisses ist die isolierte Betrachtung. Jedes Ereignis steht erst einmal für sich ganz allein und sollte so von allen Seiten betrachtet werden. Erst dann, an zweiter Stelle, sollte man Überlegungen nach sinnvollen Verbindungen anstellen. Nicht wie gewohnt anders herum. Gute Köche wissen, wovon ich rede. Jedes Essen, das sie zubereiten, muss für sich allein den Ansprüchen genügen. Dirigenten geht es ähnlich. Jedes Konzert gilt es als einmalig zu betrachten. Einige Berufe leben davon, dass die Menschen, welche diese ausüben, es schaffen, jedes Ereignis isoliert zu betrachten und zu bewerten und es erst dann einzuordnen. Es ist somit ein großer Vorteil, wenn man es kann, gelernt hat oder gewohnt ist, die Dinge in erster Linie unabhängig voneinander zu betrachten. Eines der größten Probleme des afrikanischen Kontinents liegt darin, dass die Menschen unglaublich abergläubisch sind. Voodoo ist da an der Tagesordnung. Somit sind die Menschen davon überzeugt, dass alles in einem Zusammenhang steht. Diese Art von Aberglauben geißelt den Kontinent seit jeher. Und wie es aussieht, wird er diese Geißel auch nicht los. Fast alles, was in Afrika passiert, basiert auf diesem Aberglauben. Auch unsere Religionen haben sich diesen Umstand zu eigen und zu Nutzen gemacht. Alles, was der Gläubige macht, steht in einem höheren Zusammenhang. Somit haben die meisten Menschen nicht gelernt, Ereignisse in erster Linie isoliert betrachten zu lernen. Ganz im Gegenteil, von den falschen Verbindungen profitierten und profitieren nicht wenige. Und das in nicht geringem Ausmaß. Frankreich. La Grand Nation. Noch heute beseelt von der Macht der Vergangenheit. Noch heute glaubt Frankreich, die Zügel der Welt in den Händen zu halten. Ebenso ergeht es England und anderen Völkern, Gruppen, Organisationen bis hin zu Unternehmen. Durch die falsche Annahme, dass alles ja miteinander verbunden ist, fehlt die Vorstellungskraft, dass dem schon lange nicht mehr so ist. Wie oft erlebt man, dass Fußballmannschaften in einem Jahr sehr erfolgreich sind und im darauf folgenden sich genau das Gegenteil abspielt. Die sind davon ausgegangen, es geht so weiter. Langfristig erfolgreiche Mannschaften sind dies nur aus einem Grund. Sie betrachten jedes Spiel isoliert. Sie stellen keine falschen Zusammenhänge her, was die Öffentlichkeit ständig tut. Die Medien und die Öffentlichkeit stellen ständig Zusammenhänge her, die jeder Realität entbehren. Das Wort „Vorentscheidung“ ist so eine Wortschöpfung aus dieser Welt. Serien werden erkannt und gebrochen. Alles muss immer in einem Zusammenhang stehen. Und alle müssen ständig zu diesen falschen Zusammenhängen Stellung beziehen. Deshalb auch der unterbewusste Glaube daran. Ein modernes Unternehmen, ein moderner Mensch muss lernen, alles in erster Linie isoliert zu betrachten, jedes Ereignis, Erlebnis, jede Idee, jedes Produkt, jede Eigenschaft, jede Dienstleistung. Nur dann ist Erfolg überhaupt möglich. Und über einen längeren Zeitraum. So kann man am besten von denen lernen, die dies täglich tun. Schauen Sie sich einfach mal um, wer immer wieder auf ein Neues es sich nicht leisten kann, sich auf Altes oder Zukünftiges zu berufen. Der sich immer wieder der Herausforderung der Einmaligkeit und der Einzigartigkeit stellt.Und der dies über einen langen Zeitraum erfolgreich schafft. Das gelingt ihm nur, wenn er die Kunst der isolierten Betrachtung beherrscht. Und die fehlt - an allen Ecken und Enden.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:58

Montag, 10. Dezember 2007

Das fehlende Glied

Lange ging es ohne. Sogar ganz gut. Das haben Eroberungsmärkte so an sich. Ware muss verteilt werden. Dann wurde durch den Konsumrausch dieses Verhalten in die Länge gestreckt. Aber nun rückt im Verdrängungsmarkt, dem Abklingen des Konsumrausches und der Globalisierung das fehlende Glied immer mehr zurück in das Interesse. Soziale Intelligenz. Soziales Gewissen. Ein Marke hat hier große Aufgaben zu erfüllen, denn sie tritt an die Stelle von nicht mehr oder weniger guten Freunden. Ein guter Freund bringt die wichtige Eigenschaft mit sich, eine moralische Verbundenheit herzustellen. Das müssen Marken, Produkte und Dienstleistungen nun mehr und mehr auch leisten. Aber man hat in diese Kompetenz nichts investiert. Noch schlimmer, die Lenker und Denker sind selbst ohne diese so wichtige Eigenschaft ausgestattet. Somit wird ihnen das fehlende Glied nicht auffallen und sie machen das, was alle machen. Sie verstärken das, was sie kennen und können bis zum - Ende. Ein Produkt muss sukzessive mehr leisten, als auf den Leistungsbeschreibungen zu finden ist. Das kommt den Denkern und Lenkern suspekt vor bis unheimlich. Esoterischer Blödsinn. Was zählt, sind harte Fakten. Das war so. Das ist so. Das bleibt so. - Glauben diese Menschen wirklich zu wissen. Okay. Die Zeit wird es zeigen. Denn immer mehr Marken werden sich dieser neuen Verantwortung bewusst. Und nach der Servicepleite, dem Servicedesaster will man nicht ein zweites Mal eine wichtige Entwicklung verpassen und das anderen überlassen.Die Kunden verzeihen einem auf Dauer eben nicht alles. Und eine zweite solche Fehleinschätzung des relevanten Kundenbedürfnisses kann man sich hier und da nicht erlauben. Somit wächst der soziale Aspekt in Unternehmen. In diesem Zusammenhang stellen sich plötzlich Fragen, die auf Antwort drängen. Und niemand kann diese beantworten. Wie haucht man einer Marke eine soziale Intelligenz ein, ein erlebbares soziales Gewissen? Ein positives und gutes auch noch, das der Kunde nicht nur glaubt, sondern wovon er überzeugt ist.Die Fehler der Servicekatastrophe wiederholen sich. Mach mal eine Hotline. Das ist Service in Deutschland. Und Millionen von Kunden kreisen täglich in Warteschleifen für Millionen von Euro. Und nichts passiert, was dem Kunden wirklich weiter hilft. Denn wo Service drauf steht, ist in der Regel eine Mogelpackung drin. Wer will das schon machen. Wer soll das bezahlen. Mit denselben spitzen Fingern wird nun auch das neue Thema angefasst. Was ist sozial? An einem Unternehmen und seinen Produkten? Was wollen die Kunden denn Soziales haben, hören, sehen und erleben? Welche soziale Intelligenz soll sie denn anlächeln, wenn sie dem Produkt gegenüber stehen? Welches soziale Gewissen soll denn ausgelöst werden, wenn der Markenname fällt? Sozial?! Ja spinnt der Konsument denn jetzt völlig. Das ist eine Marktwirtschaft. Okay, es ist eine soziale Marktwirtschaft. Stimmt! Aber was um Himmelswillen kann und soll an einer Marke und seinen Produkten denn soziale Wärme im Kunden auslösen. Was den dazu bewegt, sich für einen zu entschieden.Die Antworten sind so einfach wie banal. Wenn man echte Freunde hätte. Oder wenigstens einen echten Freund. Wenn man sicher wäre, dass die Freunde, die man glaubt zu haben, sich nicht nur als marktwirtschaftliche Zweckgemeinschaften entpuppen. Man kann sich eben nicht sicher sein. Der Unterschied zwischen Wahrheit und Wirklichkeit kann dann doch größer sein, als man dachte. Ein Freund. Was würde ein guter Freund für einen tun? Was würden wir für einen echten Freund tun? Was dürfte ein Freund auf keinen Fall machen, um nicht die Freundschaft zu riskieren? Was darf ein Freund machen, ohne die Freundschaft auf das Spiel zu setzen? Auf welchen Eigenschaften, Werten, Tugenden und moralischen Übereinstimmungen beruht eine Freundschaft? Was hält eine Freundschaft aus? Was auf keinen Fall? Welchen Charakter wird ein Freund wohl haben? Was ist uns wichtig an einem Freund? Was ist uns unwichtig an einem Freund? Wann brauchen wir einen Freund? Wann nicht? Wie ist das Umfeld eines Freundes? Wie groß ist die Distanz oder die Nähe? Was weiß man von und über einen Freund? Was will man gar nicht erst wissen? Was würde einen an einem Freund enttäuschen? Und was würde einen über die Maßen an einem Freund erfreuen? Wie spricht man mit einem Freund? Alles sehr einfache Fragen und ebenso einfache Antworten, welche die Grundlage für soziale Intelligenz bedeuten würden. Wenn man nur wüsste, wovon die Rede ist. Wenn man nur den eigenen Vorteil im Blick hatte. Wenn man gelernt hat, die Ellenbogen auszufahren. Wenn nur die rationale Gehirnhälfte tagsüber in Gebrauch war. Wenn nur noch Zahlen einem Recht geben. Wenn man alle politischen Tricks kennt, nach oben zu kommen und oben zu bleiben. Wenn alle rationalen Beweggründen gefolgt sind. - Dann sieht es echt schlecht aus, das fehlende Glied an die richtige Stelle im Unternehmen zu bekommen.Na ja, auch nicht schlimm. Dann macht das Geschäft eben ein anderer.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 12:03

Freitag, 7. Dezember 2007

Die 4 Geheimnisse einer wunderbaren Geschäftsbeziehung

Wie im normalen Leben verkommen Geschäftsbeziehungen, die mal so vielversprechend anfingen, zu Geschäftsbeziehungskisten und dann unweigerlich zur Trennung. Die Geschäftsbeziehungsscheidungen sind sicherlich auf demselben Level wie die Scheidungsrate hier zu Lande. Eher höher. Warum? Alles fing doch so gut an. Die Antwort liegt in 4 Wörtern begründet:• Kommunikation • Anerkennung • Gemeinsamkeiten• Wertschöpfung Diese 4 Lebensadern einer Geschäftsbeziehung gilt es auf einem optimalen Niveau zu kultivieren. Wer keine Kultur hat, steht natürlich blöd und vor allem alleine da. Da kann man nichts machen. Somit muss man sich aber auch nicht den Kopf zerbrechen, wenn Geschäftsbeziehungen in die Brüche gehen. Wenn der Gegenüber dazu nicht fähig ist, können Sie nichts machen. Und wenn Sie dazu nicht fähig sind, kann der Gegenüber nichts machen.Dieses Gerede, dass man ständig in eine gute Beziehung investieren muss, damit diese auch eine Gute bleibt, lässt sich auf diese 4 Aspekte zurückführen. Wer sich nicht daran hält oder denkt, das läuft schon, das wird schon, der weiß das schon und so weiter, der wird sich wundern. Die Pflege dieser 4 Aspekte beruht auf Gegenseitigkeit - geben und erhalten. Es nützt nichts, wenn der eine nur investiert. Möglich ist, dass die Gewichtung sich gut ergänzt. Wenn der eine mehr Anerkennung zollen kann, dann sollte der andere zum Beispiel mehr kommunizieren. Aber stark abweichend darf es nicht sein. Somit sollte man sich ganz bewusst fragen: Wann habe ich? Und wann bekam ich? Der Grund liegt auf der Hand. Das Unterlassen führt zu Missverständnissen, Demütigungen, Mutmaßungen, Anmaßungen, Unterstellungen, Vorwürfen, falschen Bewertungen und vielen anderen unangenehmen Nebenwirkungen, die aus einst leidenschaftlichen Geschäftsbeziehungen unweigerlich Beziehungskisten werden lassen. Die dann im nächsten Schritt zur Trennung führen. Was in den meisten Fällen nicht hätte sein müssen. Die meisten Geschäftsbeziehungen scheitern nicht an der Sache, sondern den großen 4. Wer also geschäftsbeziehungsfähig sein will, der sollte sich darüber im klaren sein.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 10:10

note werbeagentur münchen - 50% Altruismus statt Egoismus - Plakat Nr. 16

note werbeagentur münchen - 50% Altruismus statt 100% Egoismus - Plakat Nr. 16note werbeagentur münchen - 50% Altruismus statt 100 % Egoismus - Plakat Nr. 16

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 10:09

Mittwoch, 5. Dezember 2007

Nikolaus

Einen schönen Nikolaustag wünsche ich heute allen Lesern und Nichtlesern. Ich hoffe, jeder hatte einen Schuh frisch gebohnert und poliert vor die Tür gestellt und fand ihn heute Morgen gefüllt mit Lebkuchen, Schokolade, Apfel, Nuss und Mandelkern.“Was’n das?“ nölt die heutige Jugend, die nicht mehr weiß, was Mandeln und Nüsse sind. „Keine Playstation, Aldär? Was’n das für’n Scheiss?“Eigentlich schade, dass wir für heute Abend keinen Knecht Ruprecht bestellt haben. Obwohl, ich kann mir nicht vorstellen, das ein Knecht Ruprecht heute noch viel Angst und Schrecken verbreiten würde. Vermutlich wäre das eher anders herum, wollte der verweichlichte Soziologiestudent, der mit der Ruprecht Rolle sein Taschengeld aufbessert, den heutigen Lausbuben quer kommen. Da bräuchte es dann schon mehr als einen Rentierschlitten, um schnell Land zu gewinnen.So ist das mit den Bräuchen. Die, die sich nicht auf pimpen lassen, geraten allzu schnell in Vergessenheit und verlieren ihren eigentlichen Sinn. Oder weiß heute noch einer unter 20, dass Halloween mal Erntedankfest hieß, dass der 3. Oktober gefeiert wird, weil es weiter östlich mal so eine Mauer gab, oder dass man einen Beruf ergreifen kann, ohne von Dieter Bohlen oder Bruce Darnell gecastet worden zu sein. An solch old fashioned Brauchtum hat niemand mehr Interesse. Lässt sich doch mit ein paar blödeln Mandeln und Nüssen keine Kohle machen. Da müssen schon noch ein paar iPhones, Notebooks und neue Kücheneinrichtungen in den Stiefel.Während wir Hinterwäldler abends zusammen Plätzchen backen, suggeriert uns die Industrie, nein, sie knallt es uns an den Kopf: „An Nikolaus nach Hawaii! Gönnen Sie ihren Liebsten ein paar Tage Sonne!“Und dazu gibt es ein paar Schnappschüsse einer drallen Blondine im roten Bademantel, der entfernt an den guten, alten Nikolaus erinnert.Früher hat es oft geschneit am 6. Dezember. Wir machten einen langen Waldspaziergang im Schnee und tranken danach selbst gemachten Glühwein, bevor es ans Plätzchenbacken ging. Doch heute macht die Klimaerwärmung, die natürlich nichts mit den Menschen zu tun hat, Schnee in den Alpen und gar im Voralpenland zu einem winterlichen Weihnachtsmärchen aus alter Zeit. Zwar ficht das unsere wackere Politik nicht an, sich um die Olympischen Winterspiele 2020 in Garmisch zu bewerben. Nur Schnee in Garmisch? „Es war einmal“ wird 2020 zum Thema Schnee verlautbart, nicht ohne mit mehreren tausend Schneekanonen den letzten Naturschutzfleckchen den allerletzten Tropfen abzudrehen. Aber mir ist das alles sowieso egal, weil ich am 6. Dezember 2020 mit einer roten Nikolausmütze in Waikiki Beach sitze und mir von einer drallen Blondine im roten Bademantel einen kühlen Pina Colada kredenzen lasse. Aber das ist dann wieder ein anderes Weihnachtsmärchen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 23:15

Der Plan

Wie oft treffe ich im Job und im Leben auf Menschen, die mir ausführlich Lebenssituationen beschreiben, die insgeheim auf einen genialen Plan hinauslaufen. So etwas wie, ich haue jetzt zehn Jahre rein und dann setze ich mich zur Ruhe oder, ich mach das jetzt fünf Jahre so mit, aber dann mach ich mein Ding. Viele Menschen haben einen anderen Plan in der Tasche. Der kann oder muss aber meistens warten. Oder er geht nur in Erfüllung, wenn man bereit ist, ein paar Jahre dafür zu opfern.Früher als Student, wenn ich mal keine Kohle hatte, dann haben wir uns Businessmodelle einfallen lassen, die uns in kurzer Zeit jede Menge Kohle bringen sollten. Mit denen wir dann wieder eine längere Zeit hätten überbrücken können. Tuten und Blasen war so eine Idee. Pizzataxi gehörte auch dazu. Dann wollten wir einen Lieferservice für frischen Orangensaft machen. Sandwich Service. Pornodarsteller. Oder ein Ding drehen. Wir haben aber nichts davon in die Tat umgesetzt, außer Renovierungsarbeiten der unmöglichen Art. Wir haben Diskotheken renoviert und zwar von Sonntagnacht bis Dienstagabend, den ganzen Laden. Damit mussten die keinen Tag geschlossen haben. Das haben wir auch mal für ein Eros Center gemacht. Das war gutes Geld. Messestand aufbauen und so weiter. Das waren alles Knochenjobs, bei denen man nicht zum schlafen kam. Aber man hatte danach zwei bis drei Wochen Ruhe. Es ging immer nur ums Geld. Viel Geld in wenig Zeit, um viel Zeit mit wenig Geld durchzukommen. Das war der Deal. Das ist der Deal für viele. Denn im Laufe der Jahre ist mir aufgefallen, dass diese Art von Beschaffungskriminalität nicht zielführend ist. Auch ich dachte mal an die 10 Jahre Theorie. Und dabei fiel mir auf, dass dies nicht aufgeht und dass 10 Lebensjahre zu opfern ganz schön viel ist. Weil man ja nicht genau weiß, wie viele man hat. Zudem hat der Einsatz der Mittel den Zweck nicht geheiligt. Somit bin ich aus diesem Konzept ausgestiegen. Komplett. Andere, viele andere sind immer noch auf dem Trip, mit Plan B den eigentlichen Plan A erfüllen zu können. Ich kenne niemanden, der es geschafft hat oder der, als der Zeitpunkt zum greifen da war, es gemacht hat. Man gewöhnt sich an vieles und so gerät der Plan A in Vergessenheit oder wird nur noch als Ausrede benutzt. Das System hat einen längst einkassiert. Es kontrolliert und lenkt einen. Man kann nicht mehr ohne. Man will auch irgendwann nicht mehr ohne. Aber der Plan war bei vielen ein anderer. Der bestand aus sehr viel Freiheit, Selbstbestimmung, Freizeit,

Spaß und vielen anderen schönen Dingen. Die man jetzt aus guten Gründen vor sich her schiebt. Als ob man ein zweites Leben in der Tasche hätte, dass man, wenn das erste verpfuscht ist, einfach raus holt. So verrinnt die Zeit immer schneller. Die Freundschaften werden nicht mehr gepflegt wie früher. Es ist nur noch Zeit für Zweckgemeinschaften. Und die Nummer mit der Familie musste wohl oder übel dann doch dran glauben.Konnte ja auch nicht klappen. Keine Zeit. Der Stress. Die vielen Geschäftsreisen. Viermal umziehen mit kleinen Kindern. Und so weiter und so weiter. Und dann ist man Mitte 40. Im Job ganz erfolgreich. Steht aber seit Jahren auf der Kippe. Man kann nicht nachlassen. Nicht ausruhen. Das Rennen fordert einem mit zunehmendem Alter immer mehr ab. Sitzt in seiner Wohnung spät abends alleine da. Weihnachten rückt schon wieder näher. Wieder nur schnell was beim Imbiss reingeschlungen. Das Telefon liegt da, als sei es tot. Leere. 17 ungelesene E-Mails. Fünf Anrufe in Abwesenheit. Alles Business. Ist es das wirklich wert? War der Plan A eigentlich nicht doch der bessere? Aber jetzt gibt es kein zurück mehr. Man steckt mitten drin in der Scheiße.Alle denken, man hätte eigentlich ein gutes Leben. Man versprüht das ja auch jeden Tag. Dabei ist es ein Leben, das als Doppelrolle begann und jetzt in die Rolle abgedriftet ist, in die man eigentlich nicht wollte. Der Plan. Der Plan ist nicht nur nicht aufgegangen, sondern man ist Teil eines anderen Plans geworden. Das hat man übersehen und unterschätzt. Zu spät? Ich weiß es nicht. Kann es jemals zu spät sein? Keine Ahnung.Wie gesagt, ich habe immer Plan A verfolgt. Plan B kam für mich nie in Frage. Ohne die Fähigkeit zur Diplomatie und ohne die Bereitschaft zum Opportunismus, wäre ich sicher ohnehin gescheitert. Somit blieb mir nur Plan A. Der hat mich Geld gekostet, was ich nicht hatte. Viel. Aber alles andere lief dafür nach Plan. Und wenn ich jetzt hier so sitze und schreibe, dann fühle ich – es ist perfekt so. Plan A - du bist mein Plan. Weiter geht's. Was kommt morgen?

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 10:45

Dienstag, 4. Dezember 2007

Das Ereignisprinzip - mit dem Unterbewusstsein auf dem Holzweg

Der Mensch sucht immer nach Systemen. Alles muss eine Verbindung und einen Sinn ergeben. Nichts ist einfach nur so. Immer verknüpft er Zusammenhänge. Ein Beispiel. Ich stehe mit meinem Auto an einer Ausfahrt. Ich kann rechts und links so gut wie nichts sehen. Somit muss ich mich langsam vortasten. Mein Gefühl sagt mir, umso länger ich warte und kein Auto kommt, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass nun eins kommt.Die Befürchtung steigt mit dem warten an. Wäre ich zügig losgefahren, wäre meine Befürchtung, es könnte zu einem Zusammenstoß kommen, wesentlich geringer. Statistisch gesehen ist das Blödsinn. Denn das Zufallsprinzip berechnet Vorfälle linear. Somit können an dieser Kreuzung genau aus dem von mir beschriebenen Grund zehn Unfälle passiert sein. Nur wann diese stattgefunden haben, weiß ich nicht. Somit können es vor vier Jahren acht Unfälle in zwei Tagen gewesen sein. Oder der letzte war vor acht Jahren. Oder zwei erst gestern. Was macht mein Unterbewusstsein? Es stellt eine falsche Verbindung her, denn mathematisch gesehen, müssen beide PKWs zum exakt gleichen Zeitpunkt so zusammenkommen, dass ein Unfall unvermeintlich ist.Warum steigt also meine Angst mit der längeren Wartezeit, wenn diese das Prinzip Zufall überhaupt nicht beeinflusst? Unser Unterbewusstsein stellt eine unlogische Verbindung, Verkettung der negativen Art her. Sind wir lange nicht krank, befürchten wir, wenn wir krank werden, sehr krank zu werden. Haben wir Pech, gehen wir davon aus, das nächste Ereignis wird von ähnlicher wenn nicht sogar schlimmerer Ausprägung sein. Warum?Wer kennt das nicht beim Glücksspiel. Schlechte Würfel sagen einem klar, das geht sicher so weiter, wird wenn überhaupt noch schlimmer. Dasselbe gilt natürlich auch anders herum. Hat man Würfelglück, geht man ganz selbstverständlich davon aus, dass dieses Glück einem mindestens treu bleibt, wenn nicht sich sogar steigern lässt. Somit setzen wir mental im positiven wie im negativen Ereignisse linear fort, immer verbunden mit einer eventuellen Steigerung im positiven wie im negativen Fall. Wir stellen Verbindungen her und glauben, uns den Fortgang vorstellen zu können. Wir sind uns sicher, es muss in dieser Richtung weiterlaufen, obwohl es für das nächste folgende Ereignis ohne Einfluss bleibt. Ist es die Fortsetzung, fühlen wir uns sogar bestärkt. Ist es die Unterbrechung, beginnen wir eine neue falsche Verbindung herzustellen. Dabei hat diese Vorahnung nichts mit der Realität zu tun. Die Ereignisse sind völlig unabhängig voneinander. Daher auch das Sprichwort: Was nur gut anfängt, wird schlimm enden. Was schlimm anfängt, wird grausam enden. Man kann dieses Phänomen überall betrachten. Verliert eine Mannschaft, so gehen alle davon aus, dass diese weiterhin verlieren wird. Wer einmal lügt, dem glaubt man nicht. Auch so ein Quatsch. Alles ist immer offen. Alles kann immer anders sein. Somit empfinden wir nicht nach der Realität sondern nach einer unlogischen Emotion oder einer falschen Überlegung. Was unweigerlich dazu führt, dass wir uns auf Grund dieses Phänomens auch dementsprechend falsch verhalten und falsch entscheiden. In der festen Annahme, dass wir das nächste Ereignis in seiner Ausprägung vorausbestimmen können, verhalten wir uns auch dementsprechend. Wir begegnen somit überwiegend dem nächsten Ereignis nicht neutral sondern tendenziell, was den Ausgang nicht unerheblich beeinflusst. Wir sind so gut wie nicht fähig und bereit, eine „Nullstellung“ einzunehmen oder eine Objektivität und Neutralität walten zu lassen. Wir sind geistig gesteuert und geprägt von unseren falschen Vorahnungen. Somit begegnen wir der Realität voreingenommen. Wir haben eine falsche Einstellung. In den meisten Fällen. Überträgt man das auf Unternehmen, so stellt man fest, dass hier identisch agiert wird.Falsche Verbindungen führen zu falschen Überlegungen und Entscheidungen. Im negativen wird in der Regel immer überreagiert und im positiven setzt man mit einer großen Selbstverständlichkeit voraus, dass es genau so weiter geht. Immer besser. Es geht also darum, die Fähigkeit zu entwickeln, Ereignisse neutral und objektiv betrachten zu lernen. Diese zuerst isoliert zu betrachten. Das Ereignis erst als Einzelfall zu begreifen. Und dann, wenn es nötig und sinnvoll erscheint, diese in Verbindung oder andere logische Zusammenhänge zu stellen.Ein einfaches Beispiel: Ein Mitarbeiter kommt zu spät zur Arbeit. Bedeutet dies etwa, dass er mit hoher Wahrscheinlichkeit ein unpünktlicher Mensch ist? Oder dass dies der Anfang davon ist, dass er häufig zu spät kommt? Was die Moral der ganzen Mannschaft untergräbt? Ist das der Anfang von einem Problem? Würde man das "zu spät kommen" isoliert betrachten, dann würde man zu dem Mitarbeiter gehen und einfach fragen: Was war los? Und er würde einem eine Antwort geben. Diese lässt dann darauf schließen, ob es wirklich eine Ausnahme darstellt oder nicht. Oder der Mitarbeiter würde von selbst eine plausible Erklärung liefern und damit ist das Ereignis abgeschlossen. Aber genau das tritt in den meisten Fällen nicht ein. Sondern hier beginnt im kleinen, was dann zu einem großen – falschen – Problem führen kann. Das zeigt, wie wichtig die Kommunikation ist, wie wichtig eine isolierte Betrachtung eines Ereignisses ist. Wir multiplizieren sogar fälschlicherweise Vorahnungen in ihrer Ausprägung. In unserer Vorstellung fällt nicht nur ein Flugzeug vom Himmel, sondern ab diesem Ereignis fallen ständig welche vom Himmel. Dieses Phänomen machen sich ganze Industrien und Branchen zu eigen. Sie wissen genau, welche Bedürfniskette losgetreten wird, wenn der entsprechende Vorfall eintritt. Und bedienen diese.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 12:10

Montag, 3. Dezember 2007

note werbeagentur münchen - Fühlen statt berechnen - Plakat Nr. 15

note werbeagentur münchen - Fühlen satt berechnen - Plakat Nr. 15note werbeagentur münchen - Fühlen statt berechnen - Plakat Nr. 15

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 18:33

Loi Krathong

Vor-vor-letzten Samstag begingen die Thailänder ihr traditionelles Loi Krathong Fest. Jedes Jahr, zum Ende der Regenzeit, wenn der letzte Vollmond des Jahres am Himmel steht, versammeln sich nach Einbruch der Dunkelheit an allen Bächen, Flüssen und Seen, selbst an den Stränden der Andamanischen See oder des indischen Ozeans die Menschen. Sie bringen kleine Nester zu Wasser, geschmückt mit Blumen und Kerzen. Und so treiben hunderte von kleinen Schiffchen im Kerzenlicht auf den Wassern dahin. Ein Anblick, der wenn man ihn das erste Mal sieht, so fremd ist und so schön. So fern und so vertraut, dass einem das Herz ganz weit und warm wird.Wie viele der thailändischen Bräuche stammt auch dieses Fest vermutlich aus Indien. Doch die Thais, das stolze Volk der Freien, wie sie sich nennen, adaptiert alles von außen Kommende in irrsinniger Geschwindigkeit. Mit den Kerzen verehrten sie fortan ihren Buddha, der in den „fließenden (loi) Nestern (krathong)“ meist auch noch verschiedene Räucherstäbchen mitbekam. Doch praktisch veranlagt, wie die Thais in Allgemeinen sind, entwickeln sie aus importierten Vorgängen ihre eigenen Rituale. So fällt auch die erste Bananenernte des Jahres auf das Ende der Regenzeit. Aus den Blättern und Strünken der Bananenstauden basteln sie ihre Krathongs, die kleinen Flöße, Körbchen oder Nester und schmücken sie mit Blumen, Kerzen und Räucherstäbchen. Aber auch ein kleiner persönlicher Nutzen muss schon sein. So geben die Thais ihren Nestern auch kleine Zettelchen mit. Dort schreiben sie ihre Sünden auf, ihre Laster, oder die typischen kleinen Bosheiten und geben sie dem Wasser mit. Eine elegante Art der persönlichen Absolution.Komisch, dachte ich letzten Samstag, als mir das „Lichterfest“ gerade bewusst wurde. So viele Feste importieren wir aus den USA - oder reimportieren sie wieder. Muttertag oder Halloween sind solche Produkte. Aber selbst in Zeiten, wo schon fast jeder mal Urlaub im thailändischen Mallorca - Phuket - gemacht zu haben scheint, werden die thailändischen Feste hierzulande noch gar nicht begangen. Das müsste doch eine Marktlücke für ausgefuchste Trendmacher sein. Passt doch das Lichterfest wunderbar in unsere stille Zeit und selbst das lärmende Songkran, das bekanntere Wasserfest zum thailändischen Neujahr, fällt bei uns günstigerweise in den Frühling.Würde ich Tees verkaufen oder Kräuter, ich würde die Idee der Krathongs schon importieren. Nicht die Bananenblätter vielleicht, aber eine gewaltige Zubehörindustrie ließe sich aufbauen. Wer abseits der touristischen Pfade in Thailand Loi Krathong erleben will, sollte sich zum Frühstück mit Thais an einen Tisch setzen. Schon bald kommen die ersten Verkäufer vorbei. Mit Blumensträußen, duftenden Orchideen, Blättern und Blüten, dass es eine Pracht ist. Nicht das Styroporzeug, das inzwischen in den Touristenzentren als fertiges Nest verkauft wird. Nein, alles bringt eine unglaublich füllige Natur einzeln auf den Tisch. Dann wird man eingeladen, mitzumachen. Unter großem Palaver und Gelächter werden die ersten Nester geflochten und im eilig herbei gebrachten Eimer getestet. Natürlich gibt es etliche Tauchgänge und Schlagseiten. Doch mit umso größerem Eifer, wird an den Konstrukten gearbeitet. Es ist unglaublich, wie schnell so ein falsch gebasteltes Körbchen untergehen kann. An einen so schnell und kurzweilig verbrachten Tag, wie meinen ersten Krathong-Basteltag kann ich mich kaum erinnern. Ich denke, zum Schluss bastelten über 20 Leute an unserem „Frühstückstisch“.Das fiel mir ein am Samstag, als ich in einen grauen Novembernachmittag schaute. Und ich ließ ein kleines Teelicht, das ich in einen Kranz aus Palmenblättern gestellt hatte, in einer Pfütze auf meinem Balkon schwimmen. Und ich gab dem Kerzenlicht die schlechten Gedanken dieses Jahres mit.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Weite Welt um 13:36

Sonntag, 2. Dezember 2007

note werbeagentur münchen - Involvieren statt ignorieren - Plakat Nr. 14

note werbeagentur münchen - Involvieren statt ignorieren - Plakat Nr. 14note werbeagentur münchen - Involvieren statt ignorieren - Plakat Nr. 14

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 16:27

Freitag, 30. November 2007

Firmen, bei denen ich nicht anklopfen muss: Matratzen CoXXXXd*

In jeder Stadt gibt es einen oder mehrere von diesen Matratzenläden. Sie sind das Epizentrum des Hardselling. Hier kann man dem schwarzen Loch der Wertschöpfung ins kalte alles verschlingende Auge blicken. Die Fensterdekoration zieht sich durch wie ein grausamer Faden aus Stacheldraht, durch die ganze Republik und wie man lesen kann, auch über die Grenzen hinaus. Die Hinweisschilder sind so erbärmlich, dass mir jedes Mal der Atem stockt. Und sie sagen hier und über die Grenzen hinaus allen immer dasselbe:Matratzen sind eigentlich nichts wert.Du zahlst immer und überall zu viel.Du wirst überall woanders auch beschissen.Lass dir nichts erzählen von Komfort, Qualität oder so einem Mist.Wir ziehen dich wie jeden anderen über den Tisch.Auch wenn wir sie dir schenken würden, hättest Du das schlechte Gefühl, zuviel bezahlt zu haben.Wir machen gerne den Markt kaputt.Wenn wir es nicht machen, macht es ein anderer.Auf Qualität scheißen wir.Wir haben Spaß daran, deine Wahrnehmung im Stadtbild zu quälen.Die Nachbarn sind uns doch völlig egal.Deine Matratze fällt in nur 48 Stunden auseinander.Wir haben keinen blassen Schimmer von Matratzen.Den Nachlass haben wir in jede Matratze vorher mit eingerechnet, wir sind doch nicht blöd.Uns fallen noch viele Tricks ein, wie wir auch dich hinters Licht führen.Unsere Matratzen kommen alle aus China. Auf Mitarbeiterschulungen können wir verzichten, die halten eh nicht lange durch.Wir sehen nur insolvent aus.Komm bloß nicht rein und stell dumme Fragen.Kauf du Sau und verpiss dich. Das ist nur eine kleine Liste, ein kurzer Ausschnitt zu meinen Assoziationen, wenn ich so etwas sehe. Und mir ist es auch egal, wenn der Chef einen 600er fährt. Das ist Marketingverhalten, das auf dem Prinzip des Nestraubes aufbaut. Man entzieht dem Markt mit aller Gewalt das, was eigentlich den Wert des Marktes ausmacht – Qualität. Bis nichts mehr da ist. Einen Claim hätte ich für das Unternehmen, natürlich geschenkt. Ich glaube nicht, dass es da einen Euro zu holen gibt für Ideen. Matratzen CoXXXXd*: Komm - nun kauf schon, gib zu - du willst es doch auch. Komm!* Mein Anwalt gab mir den Rat, den Namen besser unkenntlich zu machen.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 10:18

Donnerstag, 29. November 2007

Verzicht

Was fällt mir denn heute zu? Ein schönes Thema für die Vorweihnachtszeit. Ich trinke meinen Morgenkaffe gern im Stehen am Küchenfenster und schaue über die Dächer bis zum derzeit grauen Horizont. Doch was irritiert meinen Morgenblick? Richtig: Gegenüber klettert schon ein gar schauriger Gesell in roter Kapuze den Balkon hoch. Hektisch blinkt eine rote Lichterkette und darüber blitzen gelbe und weiße Lichter durch den Morgennebel. Schön schaut es schon aus, vor allem weil es nachts geschneit hat. Aber trotzdem. Wann beginnt denn so meine persönliche Adventszeit, sinniere ich in den dampfenden Kaffee?Seit etwa sechs Wochen stehen die Nikoläuse, Lebkuchen und Spekulatien in den Läden. Kurz nach dem Münchner Oktoberfest schon wird man in diversen Kaufhäusern so zugedröhnt mit Jingle Bells, dass man glaubt, man sitzt zusammen eingemauert mit Schillers Glocke in der Erden.Wenn dann noch die warme Altweibersonne zur letzten Maß im Hirschgarten einlädt und der tiefblaue Himmel überm Tegernseer Tal den Indianersommer grüßt, dann kommt Weihnachtsstimmung nur schwer auf. Die Firmen sind erstmals im Jahr richtig im Stress. Jeder hofft noch auf ein großes Stück vom Weihnachtsgeschäftskuchen. Doch meist heißt der Bäcker auch hier Schmalhans, weil die Leute ihr Geld zusammenhalten müssen für die Scheichs. Von denen die meisten allerdings nicht in Riad, sondern in Berlin thronen.Offiziell beginnt für mich die Vorweihnachtszeit mit dem Adventskalender, also am 1. Dezember. Der gehört dazu. Der muss einfach sein. Als Geschenk für einen lieben Menschen. Am ersten Advent wird dann die erste Kerze angezündet und - wenn das Wetter mitgespielt hat und wir die ersten Winterspaziergänge im verschneiten Wald machen konnten, dann kommt wirklich Weihnachtsstimmung auf.Die aber jäh gestört wird, wenn man dann ab Montag in die Stadt fährt. Ein riesiger Kommerztempel will mit seinen Waren verführen, Hektik und Lärm. Gehetzte Menschen, überfüllte U-Bahnen. Der Verkehr bricht unter der Menge, die trotz allem zum Kaufrausch getrieben wird, regelmäßig zusammen. Selbst der Weihnachtsmarkt unterm Rathaus lädt nicht gemütlich zum Verweilen ein, sondern dröhnt aufdringlich: Kaufen! Die Büroleute treffen sich zum After-Work-Absacker, eine Art Fasching für Fische, die Fahrräder suchen.Als auch bei uns vor langen Jahren der Einkaufs-Wehnachts-Stress immer größer wurde, trafen wir in der Familie eine weise Entscheidung. Wir verzichteten zu Weihnachten auf die allgemeine Geschenkpflicht. Wer wollte, durfte was mitbringen, wer nicht wollte oder konnte, schenkte seine Zeit. Das wertvollste, was der Mensch hat. Nur die Kinder konnten natürlich weiterhin auf reich gefüllte Tafeln hoffen. Plötzlich bekam das Weihnachtsfest wieder seinen ursprünglichen Sinn. Der Christkindlmarkt erstrahlte wieder in silbrigem Glanz und der Glühwein duftete mit den Zimtsternen um die Wette. Für Sylvester dürfen nur an den letzten beiden Tagen des Jahres die Böller und Kracher verkauft werden. Wäre das nicht auch eine Idee für Weihnachten? Vielleicht erst ab der letzten Novemberwoche…?Oder begreifen immer mehr Menschen, was Adventszeit wirklich ausmacht. Besinnung. Innehalten. Vorfreude. Zeit für Familie und Freunde. Struktur für das Jahr. Neuanfang. Vorfreude. Träumen und Hoffen. Und Vorfreude. Auf eine staade Zeit. Vorfreude auf glitzernde Kinderaugen. Auf Zusammensein. Vorfreude auf Ruhe und Abschalten vom täglichen Trott. Vorfreude auf Schnee und Kerzenlicht. All das kann sich schwerlich in mir ausbreiten, wenn ich von Zeitdruck gehetzt, den fehlenden Geschenken nachjage. In dem Moment, wo ich mich entscheide, auf Konsum und Kommerz zu verzichten, fällt die Hektik von mir ab. Der Blick kommt zur Ruhe und Vorfreude bricht sich Bahn. Gönnen wir dem Nachbarn seine Vorfreude. Vielleicht kommt sie ja aus dem Quell des Verzichts.Wenn immer mehr Menschen begreifen, dass der Verzicht erst wahre Pracht ermöglicht. Dann braucht es keine Gebote oder Verbote. Die Grünen verzichten jetzt auf das Bündnis 90 und die Engländer auf die EM. Jeder kann seine persönliche Grenze finden. Es ist die ideale Zeit dafür. Heute hat es nämlich geschneit und tatsächlich: Ich habe schon ein klein wenig „Jingle Bells“ mitgesummt.

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 07:45

Ich will aber! Nur so geht es! Nun versteht doch mal oder was!?

Die Wege zum Ziel sind zahlreich und verändern sich ständig. Sie sind wie Wasserwege, die sich den Weg zu ihrem Ziel, der Mündung suchen. Nicht jedem sind alle möglichen Wege bekannt. Somit gehen viele nur die Wege, die ihnen bekannt sind. Und das sind bei vielen leider nicht zahlreiche Wege sondern nur sehr wenige Wege. Meist gibt es nur einen und denselben. Einfältig. Denn so unterschiedlich die Ziele sind, so unterschiedlich sind auch die Wege, auf denen man wandeln müsste, um diese auch zu erreichen. Und dabei muss man ständig auf dem Weg auch noch bereit sein, denselben zu verlassen, die Richtung zu ändern. Das mögen viele nicht. Die wollen einen 4-spurigen asphaltierten Weg zum Ziel.Wie kann man auf Wegen wandeln, die man nicht kennt? In dem man sich ständig und immer von anderen Wegen ein Bild macht. In dem man den Weg beim gehen erkennt, weil man genau hinsieht. Und wenn dieser oder jener einem besser erscheint, einfach den anderen besseren Weg einschlägt.Denn wer am Ziel ist, hat immer

einen erfolgreichen Weg beschritten, egal welchen. Somit scheitern die meisten Vorhaben daran, dass die Verantwortlichen auf nur einem oder immer demselben Weg vorankommen wollen.Da kann man nichts machen. Ganz im Gegenteil. Da darf man nichts machen. Alles verändert sich, aber die Wege dorthin sollen immer dieselben bleiben. Das ist doch unsinnig. Aber einfältige Menschen sind ebenso einfältig, wenn es darum geht, diese zu belehren. Vielfältige Menschen muss man nicht belehren. Die kommen einem auf einem neuen Weg ganz von selbst entgegen. Somit beschäftigt sich ein Großteil der Wirtschaft damit, Ziele zu erreichen, auf Wegen die nicht mehr funktionieren und deshalb nicht mehr gangbar sind. Und dann wundern sich alle, wo man rauskommt bzw. steckenbleibt und warum nichts voran geht. Das geschieht so lange, bis jemand den neuen Weg beschritten hat - erfolgreich - obwohl das eigentlich nicht geht. Aber das wusste der nicht. So ein Pech.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:44

Mittwoch, 28. November 2007

No Name

Im Laufe der Jahre haben sich mehrere hundert Visitenkarten angesammelt. Diese verteilen sich vereinzelt und in Haufen auf viele Orte, Schubladen und andere mehr oder minder gepflegte Ordnungssysteme.Manchmal mache ich mir den Spaß und fliege so über und durch alte Visitenkarten und versuche mich zu erinnern, wer sich hinter welcher Karte verbirgt. Wie derjenige damals aussah, was er heute ist und so weiter. Bei ca. 80% fällt mir nichts mehr ein, kein Gesicht, nichts. Auch die Firmennamen sagen mir nichts mehr. Dann grüble ich eine Zeit lang nach, wer das wohl gewesen sein könnte. Heute in der Zeit des Internets könnte ich mich auch auf ganz andere Weise auf die Suche machen. Aber ich denke mir, wenn mir schon so nichts dazu einfällt, dann wird das seinen Grund haben. Somit mache ich mich mehr an den Karten zu schaffen, mit denen ich vor allem eine positive Assoziation verbinde. Der gehe ich dann in Gedanken und hin und wieder auch mal im Internet nach. Aber dies sind wenige, nur ca. 5% aller Möglichen. Dann gibt es da noch einige, bei denen mir noch heute der Schauer den Rücken herunter läuft. Auch hier denke ich dann vereinzelt darüber nach, wie schlecht es dem wohl heute ergehen würde. Bei dem Mist, den der damals schon verzapft hat. Aber dann schrecke ich doch zurück, weil ich nicht plötzlich dem Gegenteil meiner miesen Erwartungshaltung begegnen will.Und ganz wenige, wirklich ganz wenige, motivieren mich doch mal, den Kontakt wieder herzustellen. Aber die kann man an einer Hand abzählen. Somit sind weit über 80% aller Visitenkarten, die mich je erreicht haben, für die Katz gewesen. Mit reiflicher Überlegung hätte ich einem Großteil schon damals anvertrauen können: „Die können sie mal locker stecken lassen, die brauche ich wirklich nicht.“ Aber das macht man nicht. Das verbietet der Anstand. Was schade ist, dass sich die analogen Visitenkarten für Leute wie mich nicht weiter entwickelt haben. So dass auf einer Visitenkarte der Ort, der Anlass, das Datum steht, an dem diese überreicht wurde. Am besten noch mit Bild. Das würde die Quote sicherlich leicht anheben, eventuell auch stärker.Denn man kann sich im Laufe eines Leben unmöglich diese vielen Menschen wirklich merken. Was wirklich schade sein könnte. Somit verlasse ich mich auf den Zufall, die Intuition und darauf, dass andere ein besseres Gedächtnis haben. Und mich hoffentlich in guter Erinnerung. Aber sicherlich sitzen die ebenso erinnerungslos vor meinen Karten. Es ist schon wichtig, eine Story bei jemandem hinterlassen zu haben. Eine Geschichte, die sich sofort mit einem selbst verbindet. Die eine Brücke baut zu mir. Eine Brücke, die sich nicht auf Daten und Fakten bezieht, sondern eine emotionale Kettenreaktion auslöst, die dann zu meiner Person führt. Auch noch nach Jahren.Diese Storys müssen am besten aus dem Leben sein, stark mit meiner Person verbunden sein. Das Involvement, welches diese Story darstellt, muss an den relevanten Kundennutzen gekoppelt sein. Man gibt jemandem seine Karte, weil man will oder derjenige was wollte. Ist da keine gute Story, dann ist da schnell nichts mehr. Somit sollte man jedem, dem man seine Karte in die Hand drückt, vorher eine richtig gute Story reingedrückt haben. Wenn man merkt, dass die gesessen hat, dann kann man auch seine Karte übergeben. Sonst kann man sie stecken lassen und sich sparen. Glaube ich. Denke ich. Nein, weiß ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:11

Geständnisse

Ich fürchte, es ist schon zu spät. Vermutlich sind mir Beckstein & Co. schon auf die Schliche gekommen. Aber ich gebe es hier und heute öffentlich zu: Ich verweigere die Werbung!So, jetzt ist es raus. GEZegnet sei vorsorglich die Stelle, die dafür sorgt, dass ich mich dem Konsumrausch nicht so einfach entziehen kann.Wenn ich fernsehe, ist mein wichtigstes Instrument die Fernbedienung. Kommt ein Werbeblock, ist der Ton schneller aus als ich in die Küche gehen kann. Oder ins Büro, ins Badezimmer oder was man halt sonst in den 7-8 Minuten so macht. Interessant ist auch der Vorschlag von Vera F. Birkenbihl, die Werbeunterbrechungen zu nutzen, um sich weiter zu bilden. Bei der Menge der sinnlosen Berieselung schafft man eine neue Fremdsprache vermutlich in vier Wochen.Aber bei mir geht es noch viel weiter. Wird einmal ein Film angekündigt, den ich nicht im Kino gesehen habe, der mich aber interessiert, programmiere ich meinen Video-Rekorder. Jawoll, trotz Dauerprospekten in den Zeitungen, die ich beim Zeitungskauf immer sofort ausschüttele, bin ich standhaft geblieben und brauche keinen DVD-Spieler. Asche auf mein Haupt.Ich nehme auch keinen Kredit einer Online-Bank auf, von denen es den Briefen nach zu urteilen inzwischen Hunderte zu geben scheint, sondern ich bezahle bar, wenn ich etwas brauche. Dafür habe ich zuvor gespart. Natürlich nicht auf einem Sparbuch, das nur den Banken Geld bringt, sondern in Aktienfonds, Aktien oder Festverzinslichen: Nein, auch eure Werbeanrufe, die inzwischen als Umfragen getarnt daherkommen, höre ich mir nicht an. Ich will keine Steuern sparen. Abgesehen davon, dass man Steuern höchstens senken, nicht sparen könnte. Ich zahle gern Steuern, bedeutet es doch, dass etwas zu versteuern da ist.Ich will auch nicht mit Günther Jauch um 5 Millionen Euro spielen, weil die Frage „Wer wird Millionär“ sowieso schon lange beantwortet ist: Günther Jauch ist Millionär. Beim letzten Goldrausch am Klondyke brachten es die

zu etwas, die Schaufeln und Proviant verkauften, nicht die Goldsucher.Im Supermarkt kaufe ich nichts von den in den Gang gestellten Eye-Catchern. Und probieren will ich auch nichts. Ich habe einen Einkaufszettel, ich schäme mich. Dabei schaue ich auch noch, was die Ware pro Kilo kostet und bücke mich notfalls. Auch gehe ich nicht rechts herum und widerstehe den Backdüften am Eingang, weil dort nur mit künstlichen Aromen etwas vorgetäuscht wird, was mein Bäcker, dessen Adresse ich niemanden verrate, noch handwerklich zustande bringt.Ich glaube nicht daran, dass meine Potenz abhängig ist von der Automarke, mit der ich fahre. Allerdings weiß ich aus Erfahrung, dass Bewegung sie fördert. Deshalb fahre ich viel Fahrrad, vor allem wenn die Tankstellen ihre Preise am Wochenende heraufsetzen. Es tut mir leid, liebe Multis: Ich tanke dienstags und nie vor Feiertagen oder Ferien. Und natürlich weder Shell noch Aral, sondern ausschließlich bei freien Händlern.Ich war neulich nicht bei der neuen Saturn-Eröffnung in Berlin. Da gehe ich nämlich nie hin. Wer die Werbemillionen so rausknallt, wird das verkraften können. Auch trinke ich weder Warsteiner, Jever noch Krombacher, allein deswegen, weil sie mich bei den Sportübertragungen so abturnen. Hoffentlich bleibt Augustiner standhaft und macht weiterhin keine Werbung. Ich nehme auch nicht an den Bonusaktionen der Supermärkte teil und will keine Zugaben zu meinen Einkäufen. Wollte ich ein neues Service, würde ich es mir kaufen. Auch werbe ich keinen neuen Abonennten um den Judaslohn eines iPods. Und, Steven Jobs wird es verkraften, das iPhone löst bei mir kein Jucken in der Tasche oder sonst wo aus. Im Gegenteil. Ich telefoniere mit dem Handy vielleicht fünfmal im Jahr.Weiterhin gebe ich zu, dass ich die Sportschau immer erst fünfzehn Minuten vor Schluss einschalte, weil dann Bayern kommt. „Wetten dass“ schaue ich gar nie an. Und wirklich ganz furchtbar: Am Freitag habe ich überhaupt nicht Fernsehen geschaut. Es tut mir leid.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 08:09

Dienstag, 27. November 2007

Die erbärmliche Wahrheit, die ganze beschissene Wahrheit über einen Großteil der Werbung

Die gute Nachricht: Sie ist in der Form im Endstadium, denn sie ist verkommen zu Taschenspielertricks. Wer fällt auf mein Angebot rein? Die Zeit der großen charmanten, intelligenten, stilvollen, humorvollen Verführung ist längst vorbei. Extreme Manipulation ist angesagt, Werbedröhnung statt Werbebotschaft. Der Werber ist zum Dealer der Konsumgesellschaft verkommen und seine Drogen, die er an den Konsumenten bringen soll, sind in der Regel schlecht. Der Respekt, den die Gesellschaft dem Werber zollt, ist unterirdisch. Diesem Beruf nachzugehen, ist in den Augen vieler eine echte Schande. Man sollte besser was sinnvolleres mit seinem Leben anfangen, anstatt betrügerische Werbefeldzüge auszuhecken. Aber wie bei den Drogen, es gibt eben viel Geld zu verdienen. Oder sagen wir besser, es gab viel Geld zu verdienen. Das liebe, gute alte Geld. Auch an dieser Stelle muss es als Ausrede herhalten. Wie konnte es soweit kommen? Was um Himmels willen hat die Werbung dazu gebracht, so schlecht und wirkungslos zu werden? Ganz einfach – die Habgier der werbetreibenden Unternehmen. Und die eigene Habgier natürlich. Und die Selbstüberschätzung. Und die völlige Unterschätzung des Konsumenten auf ganzer Linie. Der denkt ja! Der assoziiert ja! Der hat ja eine eigene Meinung! Präferenzen! Der schaltet ab und um! Der schaut weg! Der wirft weg! Der blättert einfach darüber hinweg! Der ignoriert! Der trifft eigenständige Entscheidungen! Wer hätte das gedacht? Dieses dumme Konsumvieh macht, was es will! Darf es das? Wer hat das erlaubt?Die Briefings der werbetreibenden Unternehmen klingen in der Regel heute noch so wie vor 20 Jahren. Immer mehr Umsatz, immer mehr Bekanntheit, immer mehr Verkäufe, immer mehr Menschen am Point of Sale - immer mehr. Qualitativen Traffik. Nachhaltigen Umsatz generieren. Ungestützte Bekanntheit. Der feste Glaube an das ewige Wachstum ist ungebrochen. Wie blöd, abwesend, ignorant und mit falschen Dingen beschäftigt muss man eigentlich sein, um das Ticken der eigenen Zeit nicht wahrnehmen zu können? Von Seiten der Werbetreibenden. Die Werbung selbst sieht das schon lange anders. Sie weiß, dass alles, was sie da macht, nichts bringt, außer den Karren noch tiefer in den Dreck zu ziehen. Die Werber sind da wie die japanischen Walfänger, bis zum letzen Wal. Na und, solange ich über die Runden komme. Aber das ist mit Drogendealern eben so. Die wissen nur allzugut, dass Drogen ungesund sind und dass ihre besten Abnehmer in der Regel auf der Strecke bleiben. Aber was soll man da machen? Macht man es nicht selbst, macht den Dreck ein anderer. Schlechtes Gewissen? Nein, keine Spur. Drogen sind in der Regel ja natürliche Produkte, wie schlechte Ideen. Der Markt verlangt ja danach. Und einer muss es eben tun. Der Werber macht es ebenso. Er will auch leben. Hat auch Träume. Will sich auch was leisten können. Also macht er genau den Mist, den sein Kunde bestellt. Und er liefert ihm den Mist auch noch. Immer verbunden mit der Gewissheit, dass es nachher wieder an ihm liegt, dass es mal wieder nicht funktioniert hat. An die Prügel hat er sich gewöhnt. Auch an das schnelle kommen und gehen von Kunden. Keiner will Schuld sein, also ist es immer der Werber. Anstatt aber die Richtung zu wechseln, wird einfach die Dosis erhöht und die Botschaft gestreckt, immer und immer wieder, bis hin zur völligen Wirkungslosigkeit. Früher war das anders, da gab es ein Niveau. Um mitmachen zu dürfen, musste man das erreichen. Heute gibt es nicht nur kein Niveau mehr, sondern dieses sollte man am besten erst gar nicht mitbringen. Die Kreativabteilungen von Werbeagenturen und die Marketingabteilungen von Unternehmen haben somit den Level dieser Vormittagstalkshows erreicht. Das muss man wohl als Endstadium einer langen verherrenden völligen geistigen Umnachtung beschreiben. Die Kultur, der Anstand, der Respekt, alles das hat sich in Selbstgefallen aufgelöst. Der Konsument wird der Länge nach verarscht. Marketingleiter lassen sich miese kleine Tricks einfallen, wie Konsumenten in seine Falle tappen könnten. Diese Tricks sind so dumm wie übel wie wirkungslos. Zudem zerstören sie sukzessive weiter das so wichtige Vertrauen. Ganze Märkte werden geopfert für einen Deal. Ganze Branchen werden ruiniert für wertlose Marktanteile. Und der Werber setzt diesen Schwachsinn auch noch um und in Szene. Immer lauter. Immer aufdringlicher. Immer peinlicher. Immer erbärmlicher. Wo man früher noch höflich um Aufmerksamkeit gebeten hat, wird man heute angebrüllt, tätlich angegangen, für blöd verkauft. Es ist durch und durch ideenlos und wirkungslos. Es ist nicht mehr zeitgemäß. Und es ist am Menschen, den es gilt zuerst zu erreichen, um den Käufer in diesem Menschen zu erreichen, komplett vorbei gedacht. Das verrückteste ist nur, dass die Macher immer noch glauben und überzeugt sind, dass dies der einzige Weg ist, den Wert immer mehr verringern, die Leistung immer mehr zu schwächen, die Kosten stetig nach unten zu schrauben. Sie sind bis auf weiteres auf einem Minimierungstrip, der hoffentlich am Ende zum Ergebnis hat, dass sie sich selbst wegrationalisiert haben, dass sie sich wie Eiswürfel in einem Glas in ihrem eigenen Schwachsinn aufgelöst haben. Wie gerne würden viele Werber wieder Ideen ins Leben rufen. Aber niemand fragt sie ernsthaft danach sondern nur, wie man eine nächste überflüssige Konsumwelle auslösen kann, die wie alle anderen wieder im Sand verläuft. Es ist eine schwere Zeit für ernsthafte Strategen, Gestalter und Ideengeber. So lange ich dabei bin, die schwerste. Aber ich halte das aus, weil ich überzeugt bin, dass nach dem langen Nichts wieder etwas kommt und im Mittelpunkt stehen wird – die Idee.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:48

Sonntag, 25. November 2007

Die unterschätze Kraft - der Schlaf

Völlig irritiert schaue ich auf mich selbst zurück, wie ich vor vielen Jahren noch damit prahlte, mit wie wenig Schlaf ich glaubte auszukommen. Schlafen hatte etwas von Schwäche, von verpassen. Man verschläft etwas, bis hin das ganze Leben. Schlafen war das Synonym für "nichterleben". Der Schlaf schien nutzlos. Alles Erstrebenswerte geschah im Wachzustand. Das glaubte ich. Davon war ich überzeugt. Heute sehe ich das anders. Ganz anders. Heute bin ich ein wenig ausgeschlafener und ich habe reichlich darüber schlafen können. Ich bin zu einer anderen Einstellung gegenüber dem Schlaf gelangt. In ihm steckt mehr Kraft und Energie (Ist eigentlich dasselbe – oder?), als man gemeinhin glaubt. Dinge im Schlaf erledigen, ist zu einer Überzeugung gereift. Was wir am Tag verpulvern, gewinnen wir im Schlaf zurück. Der Körper und der Geist können ganz in Ruhe aufräumen, Dinge in Ordnung bringen, gesund machen. Das große Aufräumen der Unordnung des Tages geschieht im Schlaf. An der Qualität des Schlafes kann man am besten absehen, wie es einem wirklich geht.Der Schlaf lügt nicht. Der Schlaf lügt nie, außer er ist mit Hilfsmittel herbeigeführt. Aber auch dann rächt sich das, denn nichts ist besser und gesünder als der naturgemäße Schlaf. Nichts. Ich habe den Schlaf als wesentlichen Teil meines Lebens kultiviert. Er ist im Stellenwert der wichtigen Dinge unter die Top 5 gelangt. Es war ein langer Weg bis hierher. Aber nun ist der Schlaf auch bei mir angekommen.Ich bin [Toi-Toi-Toi] so wenig krank, weil ich gut schlafe. Das Immunsystem scheint die ganze Arbeit vor allem im Schlaf zu leisten. Meine Energie, die mich durch alle Zeiten trägt, kommt vor allem aus dem Schlaf. Meine Einschlafzeit dauert nie länger als 1 bis 3 Minuten, dann bin ich weg. Mein Körper und meine Seele freuen sich, in den Schlaf abtauchen zu können. Mein Aufwachen geht ebenso flink. Ich döse nicht. Kein hinauszögern, drehen, wenden und wälzen. Wenn ich wach werde, beende ich den Schlaf. Eine hohe Schlafkultur bedeutet, den Schlaf mit aller Konsequenz zu beginnen und mit derselben auch zu beenden. Ich lese aus meinem Schlaf. Die Art des Schlafes in allen Phasen, sagt etwas über meine Lebenssituation aus. Viel mehr als das, was man am Tag so grübelt. Der Schlaf ist wie ein Buch, in dem ich lesen kann, wie es um mich bestellt ist. Was zu tun oder zu lassen ist. Traumdeuterei mache ich nicht. Ich träume schön und viel. Aber die Erinnerung daran ist mir nicht wichtig, auch das Kaffeesatzlesen nicht. Was mir wichtig ist, ist wie ich mich fühle beim träumen, in welche Stimmung versetzen mich meine Träume im Schlaf. Darauf achte ich. Sonst haben Träume keinerlei Bedeutung für mich.In der Chinesischen Medizin ist eine der ersten Fragen immer die nach dem Schlaf. Die wissen warum. Deren Erkenntnisse sind immer hin über 4000 Jahre schlafen alt. Also, wer den Tag besser in den Griff bekommen will, sein Leben, seine Arbeit, sich selbst, der muss nach meiner Überzeugung in der Nacht, im Schlaf damit anfangen. Schlaf gut – alles gut, könnte man fast sagen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 22:51

Freitag, 23. November 2007

Die Multifunktions- und Simulationsgesellschaft

Wer kennt sie nicht, die Multifunktionsprodukte überall. Die uns das gute Gefühl geben, alles immer zu jeder Zeit mit Bravour hinzubekommen. Man kann gar nicht genug von den Funktionen bekommen. Und noch eine angenehme Nebenerscheinung, man hat das Gefühl, es wirklich zu können.Schon früher fielen vor allem die am Windsurferstrand auf, die zu gutes, zu neues, zu teures und zu viel Material hatten. Diese Menschen verbindet allesamt eins, sie konnten nur mäßig bis gar nicht surfen und sie waren zudem überfordert. Aber sie machten eine gute Figur. Das ist doch immerhin etwas.Beim Skifahren verhält es sich ähnlich. Ist das Equipment auffällig gut, viel, neu und teuer, sieht es mit dem Stemmbogen grauselig aus. Aber fully equipt. Mit Küchen ist es nicht anders. Nimmt die Qualität der Einbauten, Aufbauten und sonstigen Bauten überhand, ist es mit den Kochkünsten nicht weit her.Somit komme ich zu dem Schluss, so tun als ob und alle Möglichkeiten, die man nie benutzt trotzdem zur Verfügung zu haben, scheint ein großer Markt und ein Trend zu sein.Da kaufen sich Menschen Küchenmaschinen mit über 100 Funktionen und das einzige, was sie je damit gemacht haben, ist ein Bananenshake. Den Keller voller perfektem Werkzeug, vom Feinsten von A-Z. Aber das einzige Mal, als man es in die Hand genommen hat, war als man es im Keller verstaut hat.Autos sind schon lange keine Autos mehr. Mit Handys ist das ähnlich. Allen Produkten reicht der Kernnutzen schon lange nicht mehr aus. Sie müssen viel mehr können, auch wenn es niemand benutzt oder braucht. Der Markt will das. Also wird es gebaut. So sind die Haushalte vom Dach bis zum Keller und in die Garage voll mit Geräten, die völlig unterfordert sind und ein trauriges Dasein fristen. Oder die Gerätschaften sind mit so vielen Funktionen ausgestattet, dass man sie nicht mehr anfasst, weil man schlicht und einfach überfordert ist, sie ohnehin nicht bedienen kann. Somit muss und soll alles nur so aussehen als ob. Das genügt. Es sammeln sich somit vermehrt verwunderliche Dinge in Haushalten an, die einen ganz schön in die Irre führen können. So kann man beim Besuch plötzlich vor einer Leinwand stehen, auf einer Staffelei. Darauf ein zugehängtes Bild, Pinsel und Acrylfarben. Nun denkt man doch... Weit gefehlt, das ist ein Arrangement. Der Gast malt nicht selbst. Aber er könnte. Wenn er wollte. Wenn er Zeit hätte. Und wenn er malen könnte. Oder wenigstens Fantasie hätte.Man kann auch auf ein Saxophon treffen, auf einem Saxophonständer. Daneben ein Notenständer, augeschlagen Dave Brubecks „Take five“. Und man denkt sich... Wieder falsch, auch das ist nur ein Arrangement. Das Saxophon war ein Geschenk vor ca. 8 Jahren. Einen Grundkurs gab es auch dazu, aber man ist nie dazu gekommen, einfach zu viel um die Ohren. Und so geht es weiter. Die fette Bulthaup Küche sagt dem geschulten Auge, wenn es gut läuft, haben sie Sushi aus der Stadt mitgebracht oder waren vorher beim Feinkostladen. Mountainbikes für den Preis von Motorrädern und so weiter. Eine sichtbar jungfräuliche Canon EOS 1Ds Mark III Spiegelreflex Kamera. Ein Mitbringsel aus Tokio. Auch der Boom der Kochsendungen macht klar, wir haben nach der Multifunktions- und Simulationswelle schon die nächste Ebene erreicht. Es reicht aus, wenn andere in fetten Bulthaup Küchen kochen, so dass uns das Gefühl überkommt, wir könnten das eigentlich auch. Das reicht völlig aus. Die Welle der Fremdmultifunktion und Simulation ist das, die da gerade steigt und steigt.Es gibt eben nichts Schöneres als einen Freund, der das alles hat. Dann kann man es da liegen lassen, bevor es bei einem selbst herumliegt. Eventuell hat der Freund auch noch Kinder und einen Hund, dann kann man sich das auch mal in ganz kleinen Dosen reinziehen und glücklicherweise jederzeit wieder abspringen. Und tschüss.Ich behaupte, wenn man einen Berg machen würde, auf den man alles legen muss, was man länger als 36 Monate nicht berührt hat, dann hätte Reinhold Messner ein Problem. Er hätte den höchsten Berg der Erde noch gar nicht bestiegen. Im fehlt noch der 9000er.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:26

Donnerstag, 22. November 2007

Musik nach Normen

Wenn ich Musik höre, dann reagiert mein Gehirn sofort. Ist diese im Einklang mit meinen Normen? Ist sie das nicht, dann mag ich die Musik nicht. Sie kann aber auch zu leise oder zu laut sein. Oder es ist die richtige Musik am falschen Ort. Oder am völlig falschen Ort die richtige Musik. Es kann aber auch eigentlich die richtige Musik sein, aber irgendwas ist anders an ihr. Meine Normen reflektieren mein empfinden, wenn ich Musik höre. Diese Normen sind gelernt. Niemand wird geboren mit einem Musikgeschmack oder Verständnis. Wie auch. Sondern die Sozialisierung, die Umwelt prägt unseren Musikgeschmack. Und das ist ein ständiges erfüllen oder nichterfüllen von Normen. Es ist wie ein Zug. Die Weichen der Umwelt führen uns in einen Bahnhof und das stellt dann unseren Musikgeschmack dar. Ich höre jetzt schon den Aufschrei. Was ist mit Mozart und den ganzen hochbegabten dreijährigen, die Geige spielen. Hochbegabte langweilen sich in der Gegenwart von normalen Menschen. Sie nutzen zum Beispiel die Geige, um ihren Drang zu kanalisieren. Dabei geht es in erster Linie nicht um die Musik, sondern um das Ventil. Hochbegabte sind schnell gelangweilt. Sie müssen sich somit selbst beschäftigen, sich selbst Aufgaben und Ziele setzen, die allesamt jenseits der Vorstellungen von normalen Menschen verlaufen.Ich rede von ganz normalen Menschen, die Musik gehört haben. Und die heute eine bestimmte Musik bevorzugen, weil diese sich ideal mit ihren Normen deckt. Die Musik vertont den eigenen Film vom eigenen Leben. Wenn ich zurück denke, dann gibt es Musikstücke, die wie eine Zeitreise Gefühle und Bilder in mir hervorrufen. Es gibt Musik, die meine Stimmung untermalt. Manchmal bin ich in Situationen, da fällt mir ein, welche Musik am besten zu dieser passen würde. Musikgeschmack entwickelt sich entlang der Normen. Ich liebe Jazz. Soul. R&B. Funk. Aber eigentlich Jazz. Ich höre lieber keine Musik, als Musik, die ich nicht mag. Ich liebe die Ruhe. Die Stille. Außer sie wird mit Jazz ausgemalt. Deshalb mag ich diese Berieselung nicht. Wenn irgendwo Musik läuft, die ich nicht mag und gegen die ich mich nicht wehren kann, die ich nicht abstellen kann. Man könnte mich mit schlechter Musik foltern, ich würde alles gestehen für Stille. Musik ist ein Interesse meines Lebens. Nur eins. Aber meine Normen sind da relativ festgefahren. Es ist Jazz. Ganz einfach Jazz. Das macht mir das Leben und die Auswahl einfach. Denn im Jazz ist zu über 80% alles schon komponiert und gespielt worden. Somit greift man beim Jazz immer auf etwas zu, was einem wohlbekannt ist. Das ist gut zu wissen. Ich muss und ich will nicht ständig Neues oder Anderes hören. Weil ich weiß, was ich eigentlich hören will. Das ist das schöne an Normen. Vor allem, wenn man das Glück hat, dass diese kultiviert sind. Menschen, die Jazz hören, sind sich da meist sehr ähnlich im Gemüt. Gibt es einen Massenmörder, der behauptet hat, immer Chet Baker gehört zu haben? Gibt es einen Diktator, der gerne Ella Fitzgerald gelauscht hat? Das schöne am Jazz ist, dass Menschen, die wirklich gerne Jazz hören, meist gute Menschen sind. Denn das würde sich keiner antun, Jazz zu hören, damit andere denken, er sei gut. Das wäre sicher zu anstrengend. Somit sagen die Musikhörgewohnheiten viel über die Menschen aus. Denke ich. Sagen viel aus über die Normen, nach denen diese leben. Jazz muss man hören wollen und können. Ich weiß das nur zu genau. Darum würde ich Gäste nie mit Jazz quälen. Jazzhörer sind deshalb von Natur aus rücksichtsvoll. Sie befürchten ständig, andere mit ihrer Musik zu belästigen. Somit soll und kann jeder hören, was er will. Soll er auch. Muss er auch. Wir hören das, was mit unseren Normen übereinstimmt und das sind viele und vor allem sind diese längst erwachsen. Ach ja, ich höre auch andere Musik, wie Klassik, oder Rock ’n’ Roll oder Rock. Es muss nur gut sein. Ich kann gute Musik aus allen Stilrichtungen gut hören. Was ich nur nicht hören kann und mag, ist schlecht gemachte Musik. Leider höre ich das. Manchmal wünsche ich mir, dass ich darüber hinweg hören könnte. Aber ich kann nicht. Schlechte Musik quält mich. Auch im Jazz.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 14:32

Mittwoch, 21. November 2007

Siegermentalität

Die Verteilung von Willens-, Durchsetzungs- und Vorstellungskraft ist sehr unterschiedlich. Was wir im Sport oft bewundern, setzt sich im wirklichen Leben 1:1 fort. Die Sprüche sind alle bekannt. Die Bücher sind alle geschrieben. Die Berater haben alle Vorträge schon in der Tasche. Aber trotzdem kommt es immer anders, als alle denken. Warum? Warum kann man Erfolg nicht planen und umsetzen? Warum scheitern alle Versuche, mit Sicherheit erfolgreich zu werden, zu sein und zu bleiben? Warum ist nur Scheinerfolg von Dauer? Also, Erfolg mit unlauteren Mitteln herbeigeführt. Und warum ist echter Erfolg so dünn gesät? Die Werkzeuge sind bekannt, die Regeln ebenso. Alle trainieren und trotzdem ist der Output unübersehbar unterschiedlich. Alle haben wirklich alles getan, alles berücksichtigt. Aber das Ergebnis ist niederschmetternd.Was ist das wirkliche Geheimnis des Erfolges? Ich glaube, es ist wie oft im Leben sehr einfach. Nicht nach Erfolg streben ist die beste Vorraussetzung, erfolgreich zu werden. Den Erfolg hintenan zu stellen. Ich bin überzeugt, wer unbedingt Erfolg will, der ist schon auf dem Holzweg. Auch wenn er mit aller Gewalt den Erfolg erzielt, wird sich dieser nicht so anfühlen, wie man es erhofft hat. Ganz im Gegenteil, meistens ist Erfolg zu teuer erkauft. Wie im Sport.Aber es gibt sie, vereinzelt überall. Die Erfolgreichen, die es eigentlich nie wirklich sein wollten. Die an einer Sache gearbeitet haben. Die sich in den Dienst einer Sache gestellt haben. Denen der persönliche Erfolg nicht so wichtig war wie das gemeinsame Vorankommen. Die Menschen um sich versammeln können, welche die vor allem fehlende emotionale Komponente mitbringen. Die immer nach einer Verstärkung suchen. Es gibt Menschen, denen ist mehr an einer Sache als an persönlichem Erfolg gelegen. Und das sind die besten Voraussetzungen, um extrem erfolgreich zu werden. Es ist überraschend zu sehen, wenn man sich mit solchen Menschen mal austauscht, dass diese nur an der Sache, an einer Sache interessiert sind und sich selbst nur als ein Teil in einem riesigen Puzzle sehen. Die veröffentlichte Meinung braucht Leader, Heros, Einzelkämpfer. Wer wirklich erfolgreich ist, weil wie lächerlich das ist, etwas auf eine Person herunter zu dampfen. Aber das kann man besser verkaufen, in Szene setzen, veröffentlichen. Es hat somit immer den Anschein, dass Erfolg etwas sehr persönliches ist, so eine Art Alpha-Tier-Qualität. Die Darstellungsdimensionen unserer Medienwelt schaffen da einen großen Irrtum. Auf Titelseiten passt eben nur ein Gesicht. Preise verleiht man eben immer nur an eine Person. Alle sind Einpersonendimensional. Ein Interview kann man nur mit einer Person führen. Und so weiter. Somit stehen der Wirklichkeit von Erfolg die Darstellungsmöglichkeiten unserer Medienlandschaft im Wege. Und alle glauben, sie sind es, sie allein, welche den Erfolg produzieren. Es wäre nur die Aufgabe an einen selbst, mehr Willenskraft, mehr Durchsetzungskraft, mehr Überzeugungskraft allein aufbringen zu können über einen längeren Zeitraum als alle im Wettbewerb und dann sei man selbst am Ziel – erfolgreich.Nein man ist alleine. Und die meisten am Ende. Erfolg, echter Erfolg sucht sich seine Kandidaten schon selbst aus. Die können das gar nicht verhindern. Erfolg ist wie ein Bach, der mit anderen Bächen zu einem Fluss zusammenläuft, der sich zu einem Strom verbindet. Das mündet unweigerlich in dem, was man gemeinhin wirklich als Erfolg bezeichnen würde. Das Glück, eine oder seine Sachen so gut gemacht zu haben, dass einem dafür nach seinem Gefühl übergebührend Wertschätzung entgegen gebracht wird. Was das Lebensglück, das man ohnehin schon empfindet, zudem auch noch zusätzlich vergoldet. Was man nicht als notwendig ansieht, aber respektvoll in Kauf nimmt. Erfolg macht Menschen dankbar, hilfsbereit und bescheiden.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:32

Dienstag, 20. November 2007

A damn good idea

Danke Heiko, you made my day

Geschrieben von Christof Hintze um 15:43

Man stelle sich nur mal vor...

Diese ganze Gesellschaft, alles, was damit zusammenhängt, gibt es nur so, weil Männer Frauen rumkriegen wollen. Das ist nur eine verrückte Theorie, aber denkbar wäre es doch. Alles ist denkbar. Das da Männer saßen, sitzen und sitzen werden, die sich gefragt haben, wie bekomme ich die ins Bett?Und da sie nicht alle aussehen wie Brad, haben sie sich was einfallen lassen, von dem sie glaubten, das könnte den Frauen imponieren. Wenigstens einer. Und da sie nicht alle so reich sind wie Bill, haben sie sich noch mehr verrückte Sachen einfallen lassen, um an Geld zu kommen, mit dem sie dann an die Frauen kommen. Und nicht alle können so viel Macht haben wie der andere Bill. Somit haben sie sich irre Dinger einfallen lassen, um an Macht zu gelangen, um mit dieser Frauen zu beeindrucken. Und einmal am Rad gedreht, dreht es sich immer schneller und das Rad wird immer größer und es werden immer mehr Räder. Und das alles nur wegen Männern, die Frauen rumkriegen wollen?Geld. Macht. Alles nur, um so eine Schnepfe rumzukriegen? Oh mein Gott. Das würde bedeuten, dass auch die ganzen Ideologien für den Allerwertesten wären. Denn auch die wurden nur ins Feld geführt, um die Mädels in die Falle zu bekommen. Wenn man den Gedanken weiterdenkt und weiterdenkt, dann wird einem einiges klar. Was soll man machen, wenn man Frauen nicht zum lachen bewegen kann. Wenn man überhaupt nicht witzig ist. Keine Spur. Wenn man nicht über sich selbst lachen kann. Keine Spur. Wenn man Humor nur aus Witzbüchern kennt. Wenn man Frauen nicht unterhalten sondern nur langweilen kann? Wenn man durch und durch nicht witzig ist und sein kann, nicht mal, wenn man es gerne wäre. Fatal. Was macht ein Mann, der keine Spur witzig ist oder sein kann. Ein Mann, der eine Frau nicht zum lachen bringen kann? Genau! Der denkt, er braucht Geld und/oder Macht, am besten beides. Der meint, er muss Frauen kaufen oder seinen mächtigen Einfluss einsetzen, um das fehlende etwas – das Lachen - ersetzen zu können. Denkt er. Dann lachen alle mit ihm, schon weil sie müssen und dürfen. Alle lachen mit Menschen, die reich und oder mächtig sind. Ich weiß das seit Shakespeare. Es ist aber ein anderes Lachen. Es ist so, als ob man einen gewollten Liebesakt mit einer ungewollten Vergewaltigung vergleicht. Sex ist nicht gleich Sex. Das wäre ja noch schöner. Es ist etwas völlig anderes als das, was einem eine Frau schenkt, wenn man sie zum Lachen gebracht hat. Diese offenbare Zuneigung, diese Aufmerksamkeit, die einem zuteil wird. Ups – sie lacht. Aber das scheint vielen erst mal egal zu sein. Die glauben, lachen ist lachen. Dabei wissen wir, dass dem nicht so ist. Die denken, sie wären witzig. Wirklich. Dabei hören und spüren sie nicht, dass dieses lachen eigentlich keins ist. Das Lachen einer Frau sagt alles darüber aus, wie weit oder wie nah man ihr ist. Ganz nah oder sehr weit entfernt. So nah, wie man es sich innig wünscht oder leider noch in weiter Ferne. Nur das Lachen sagt alles darüber aus, ob man auf dem Weg ist, von dem man träumt. Frauen verraten sich nur beim Lachen. Sonst ist mir nichts aufgefallen, was Aufschluss darüber gibt, ob man dem eigentlichen Ziel auf der Spur ist. Wenn man eins hat. Alles andere ist nebensächlich. Nichts wert. Unwichtig. Nur das Lachen einer Frau sagt alles aus. Auch Respekt erfährt man im Lachen von Menschen.Somit haben es Männer besonders schwer, die es nicht fertig bringen, Frauen zum lachen zu bewegen. Besonders schwer ist noch nett ausgedrückt. Ausweglos. Die würden leer ausgehen. Somit haben diese Männer sich eine parallele Welt geschaffen, um nicht leer bzw. alleine ausgehen zu müssen. Und diese prägt das Bild unseres Planeten. Unser Planet ist geprägt durch Männer, die Frauen nicht zum lachen bewegen können, durch Männer, die humorlos sind. Nicht witzig. Das ist nicht witzig. Verrückt. Wenn wir also die Welt zu einer noch besseren verändern wollen, dann müssen wir denen helfen, die es nicht schaffen oder fertig bringen, Frauen zum echten Lachen zu bringen. Denn ist jemandem mal aufgefallen, was herzhaftes lautes authentisches Lachen bedeutet? Man ist schutzlos ausgeliefert. Wer lacht, kann sich nicht verteidigen. Er liefert sich dem anderen vertrauensvoll aus. Somit ist Lachen ein deutliches Zeichen. Eines der wichtigsten, die der Mensch aussenden kann. Denn man lacht nur von Herzen, wenn man dem Anderen nah ist oder sein will. Sonst gibt es nichts zu lachen. Die Art des Lachens sagt alles darüber aus, wie nah man sich ist. Beim Lachen gibt man seinen Selbstschutz auf. Über das Lachen signalisieren wir unsere Nähe oder Distanz zu einer Person. Lachen in Gegenwart von Macht und Geld klingt anders. Völlig anders. Es ist das nützliche

Lachen. Es ist das materialisierte Lachen. Es ist das Lachen, um zu gefallen. Es ist das Lachen, um nicht unangenehm aufzufallen. Um sich einen Vorteil zu verschaffen. Um sich in Szene zu setzen. Um das Gefühl zu haben, dazu zu gehören. Um einen Nutzen daraus zu ziehen. Es hat nichts mit den Menschen zu tun sondern es ist ein zweckgebundenes egoistisches Lachen. Es ist nur eine Art von Lachen. Eine Abart. Es ist das laute Lachen über schlechte Witze, dumme Geschichten und über andere Menschen. Ein Lachen, das Überlegenheit zum Ausdruck bringen soll, das die Dominanz sichtbar machen soll. Man glaubt schon fast, dass der Humor immer schlechter wird, damit dies zum Ausdruck gebracht wird. Schaut her, wie reich und mächtig ich bin, die lachen alle bei so schlechtem Humor. Es könnte also sein, dass es immer nur darum geht, dass Männer Frauen wollen. Und dass die Welt, in der wir leben, von diesem triebhaften Umstand angeheizt wird. Dem Umstand, dass einige Männer Frauen beim besten Willen nicht zum selbstlosen, ehrlichen, herzlichen Lachen bringen können. Und dafür der ganze Aufwand und Umstand?! Ach du meine Güte. Aber dies ist nur so ein Gedanke. Ich hoffe, es lacht einer darüber.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:01

Montag, 19. November 2007

Jäger & Sammler 2

Eines muss man den Weibchen der Spezies Mensch lassen. Sie haben es gut raus, den Beschützerinstinkt des Männchens zu wecken. Das ist eine legitime Überlebenstaktik. Denn während das Weibchen mit den Jungen lokal gebunden ist und auf Versorgung angewiesen bleibt, streift der große, weiße Jäger ziellos durch sein Territorium auf der Suche nach Beute, Scharmützel oder schnellen Vergnügungen. Eines der beliebtesten Spielchen ist das „Schlechte-Gewissen-Spiel“. Es geht darum: Egal, was das Männchen sagt, bleibt es zum Schluss als schlechter Kerl zurück, den sein schlechtes Gewissen jetzt treibt, sich wieder ausschließlich um das Weibchen zu kümmern.Hier eine milde Form des Spiels, täglich mehrfach erfolgreich eingesetzt. Das Männchen macht sich fertig für die wochenendlichen Einkäufe. Draußen tobt ein Schneesturm, den ein Tief planmäßig über Hamburg hergeweht hat. Das Weibchen liegt noch im warmen Bett und stellt in den Raum: „Heute stehe ich nicht auf.“ Erste Runde. Das Männchen, selbst wenn es schon einigermaßen erfahren ist, tappt leicht in die aufgestellte Falle. „Na gut, dann bliebst du halt liegen. Und ich bringe dir was Schönes mit. Nachher frühstücken wir dann zusammen.“ - „Aha, du willst also wieder ohne mich losziehen“, schluchzt sie mit gespielter Empörung los. KO in der zweiten Runde.Was könnte das Männchen tun? Ich bin heute milde gestimmt und will mal nicht so sein. Ein kleiner Tipp aus meinem Nähkästchen: Da es beim „Schlechte-Gewissen-Spiel“ darum geht, dass sich das Männchen kümmert, liegt hier auch der einzige Ausweg. Denn mit der Einleitung „Heute stehe ich nicht auf“, testet das Weibchen einzig seine aktuelle Kümmerbereitschaft. Da muss da Männchen auch die entsprechenden Geschütze auffahren. „Bist du krank, Liebes?“ wäre zum Beispiel eine gekonnte Erwiderung. „Dann fahre ich dich sofort ins Krankenhaus oder wir rufen den Notarzt“, müsste allerdings noch folgen, damit es glaubwürdig bleibt. Erste Runde geht klar ans Männchen.“Nein, so schlimm ist es nicht“, geht das Weibchen in die zweite Runde. „Mir ist nur so kalt“, baut sie eine zweite Falle auf. „Dann komme ich wieder ins Bett und wärme dich“, könnte das Männchen jetzt fürsorglich sagen, um dem Weibchen seinen Triumph zu lassen. „Ihr Kerle denkt doch immer nur an Sex“ zieht sie das Herz-As und steht endlich auf. Zurück bleibt das Männchen, das sich geschickt auf das „Schlechte-Gewissen-Spiel“eingelassen hat, aber immerhin zum gemeinsamen Einkaufen kommt.Mit sehr viel Geduld und Erfahrung kann es dem Männchen gelingen, auch weiterhin die grobe Richtung vorzugeben, wenn es ihr bei diesen Spielchen ihren kleinen Triumph lässt. Nächste Woche berichte ich dann von der dritten Runde.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Menschen um 18:36

Sonntag, 18. November 2007

schnalstal

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 20:53

Alles Freier

Ich denke, so denken eventuell viele Frauen aus dem horizontalen Gewerbe. Da über einen Zeitraum alle möglichen Männer kommen, wird man den Gedanken nicht mehr los. Alle Männer sind potentielle Freier. Aber diese geistige Fehlleistung passiert auch anderen.Im Laufe der Jahre sehen viele nur noch Freier. Keiner sieht mehr den eigentlichen Menschen. Sondern nur noch den Nutzen. Den Bedarf. Es gibt nur noch Käufer. Interessenten. Zielgruppen. Von den Menschen redet keiner mehr. Sondern, was sie verdienen oder nicht. Kommen sie als Käufer in Frage? Jeder wird somit zum potentiellen Käufer. Versicherungsvertreter sehen in jedem Menschen einen möglichen Abschluss. Die Frage ist nur welchen? Viele Vertriebsformen und Organisationen sehen schon lange nicht mehr den Menschen. So sieht dann auch die Kommunikation aus. Sie konzentriert sich auf das Wesentliche. Kaufen? Die Distanz, die dadurch zum möglichen Käufer entsteht, wird größer und größer. Die Verbindung zum Menschen ist längst abgerissen. Was macht der Verkäufer? Er bietet billiger und lauter an. Um Käufer für sich zu gewinnen. Die sich sukzessive von dieser Art der Ansprache nur noch abgestoßen fühlen. Was macht der Verkäufer? Er bietet noch billiger an und noch lauter? Und so geht das weiter.Das Verhältnis zwischen Verkäufer und Käufer ist schwer beschädigt. Die Käufer fühlen sich belästigt und bedrängt. Sie fühlen sich belogen und hintergangen. Und das alles nur, weil es in keinem Moment mehr um eine Begegnung zwischen Menschen geht. Dabei wäre der Weg so einfach. Aber es sieht ihn kaum einer. Alle suchen nach den Tools, die aus Nichtkäufern Käufern macht, egal wie. Aber immer in dieselbe Richtung. Man schaue sich mal den Automobilmarkt an. Oder DSL, Handy, Strom und so weiter. Jeder redet nur noch von sich, wie billig er ist. Und wie toll sein Angebot. Und siehe da, nichts passiert. Und alle wundern sich. Dabei ist das Einzige, was denen einfällt, die Schrauben noch enger anzuziehen. Mit dem immer demselben Ergebnis.Viele Marketinginstrumente haben sich längst überholt. Sie haben längst ausgedient. Sie funktionieren nur nicht mehr, sondern sind geradezu erbärmlich. Man nehme sich mal als Fallbeispiel die Autohaus-Sonderschauen vor. Jeder Hersteller veranstaltet sie bis zu vier Mal im Jahr. In jedem Autohaus. Es gibt etwa 5.000 Autohäuser in Deutschland. Das macht 20.000 Orte, in denen Sonderschauen stattfinden. An und bei denen nichts von dem passiert, was dort eigentlich passieren soll. Aber niemand stoppt den Wahnsinn. Sondern alle machen mit und alle machen weiter. Wer mir nicht glaubt, der sollte mal selbst eine Sonderschau bei einem beliebigen Händler besuchen. Es ist erbärmlich, was sich dort abspielt. Und was in Autohäusern nicht funktioniert, dass funktioniert auch in anderen Märkten und Branchen nicht mehr. Weil man nur den potentiellen Käufer sieht und nicht mehr den Menschen. Somit fühlt sich der Mensch davon auch abgestoßen. Und somit kann der Mensch nicht zum Käufer werden. Also, erst den Menschen erreichen, dann einen möglichen Verkauf erzielen. Anders geht es nicht. Und anders wird es auch nicht gehen. Somit helfen nur Ideen, mit denen man in erster Linie die Menschen wieder erreicht. Dann könnten auch Ziele wieder in Erfüllung gehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 16:06

Freitag, 16. November 2007

Ein Telefon ist ein Telefon ist ein Telefon ist ein Telefon - oder?

Seit dem 09.11.2007 kann man in Deutschland, nein nicht den neuen Harry Potter auf Deutsch lesen, sondern das neue, sensationelle, unglaubliche Apple iPhone erwerben. In Köln öffnete deswegen ein cleverer Händler schon um 00:01 Uhr seine Pforten. Wie das Geschäft lief, ist mir bis heute Abend noch nicht zu Ohren gekommen. Wir werden es aber sicher bald wissen.Was ist denn an dieser Geschichte so toll, fragen Sie sich? Das werde ich Ihnen erklären. In Vertriebsschulungen hört man immer mal wieder die alte Geschichte eines Schuh-Herstellers, der seinen besten Verkäufer in ein Land in Ostafrika schickte, um herauszufinden, ob es dort einen Markt gäbe. Nein, berichtete der, als er zurückkam. Kein Markt. Alle laufen dort barfuss herum. Der Schuh-Hersteller tat nun zwei Dinge. Als erstes entließ er seinen besten Verkäufer und gründete dort zweitens eine Niederlassung. Was gibt es einen besseren Markt für einen Schuhhersteller als ein Land, in dem alle barfuss gehen?Hier hatten wir einen gegenteiligen Markt. Einen gesättigten Markt. Alle Menschen haben mindestens ein oder zwei Handys. Die zur Jahrtausendwende wie die Pilze aus dem Boden geschossenen Handyläden gingen ein wie die Primeln. Die Handys gab es umsonst. Die Tarife bröckelten auf breiter Front. Und heute? Da kommt einer, Steven Jobs, der ein Handy auf den Markt wirft, das 399,- Euro kostet. Dessen ungeliebter Vertragspartner seinen Kunden einen 24-Monatsvertrag aufdrängt und 39 Cent pro Gesprächsminute abknöpft. Und was machen die Kunden? Sie kaufen wie die Wilden.Nein, das iPhone kann nichts, was es nicht schon lange und viel billiger gäbe. Telefonieren, Internetzugang, iPod, eine schwache 2-Megapixel-Digicam und eine gute 8 Gig Speicherkarte sind nicht wirklich der Reißer. Gut der Touchscreen ist wirklich gelungen, die Verpackung ist schick. Und schön flach ist das Teil auch. Aber Hand(y) aufs Herz, liebe Strategen. Wärt ihr die Verantwortlichen gewesen, daran hätte keiner geglaubt.Was nämlich funktioniert, ist das Bild hinter dem Produkt, der Glaube hinter der Marke. Das hat Charisma, dem wird geglaubt. Und natürlich der topmodernen Klaviatur des Marketing. Keine teueren Kampagnen, keine Zielgruppendifferenzierung, kein Elevator-Pitch und kein TV-Spot leisten das, was Apple leistet. Die Jünger sprechen. Die Mac-User, die weltweite Kreativgemeinde, die Blogger. Das Web trägt die Botschaften und die Käufer glauben die Signale und strömen herbei. Nicht um das Produkt geht es, nicht um den Preis oder den Nutzen. Es geht um ein Gefühl. Einen Duft. Es geht um die Idee.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 16:22

Die fleißigen Bienchen

Unser System ist voller fleißiger Bienchen. Singles. Völlig verlassen von der Hoffung nach so etwas wie einer funktionierenden Beziehung. Man hat sich verworfen und überworfen mit seiner Familie und dem Familienglück. Man lebt allein. Und dabei zufrieden. Kinder? Nein danke! Eine Beziehung – bloß nicht! Eine Wochenenden bei den Eltern? Mir graust es! Da liegt man lieber im Wohnzimmer und verschlingt ein Buch nach dem anderen. Bei einer guten Tasse Tee. Kühlschrank auf. Kühlschrank zu. Fernseher an. Fernseher aus. Blick auf das Telefon. Wenn könnte man mal anrufen? Oder wer hat mich eigentlich schon lange nicht mehr angerufen. Die Gläser könnte man mal polieren. Da ist ja echt viel Staub drauf. Die Post. Die Post könnte man holen. Nein, nicht am Wochenende. Könnte was übles drin sein, dann ist das ganze Wochenende dahin. E-Mails checken, das könnte man mal machen. Siehe da, 5 neue, 4x Spam und 1x Job. Dann kommt wieder Montag und die freiwillig gewollte Einsamkeit hat ein jähes Ende. Man kann sich wieder voll in seine Arbeit stürzen. So ohne Anbindung ist man der ideale Mitarbeiter. Man kann ja eigentlich immer und immer alles verschieben. Der perfekte Mitarbeiter. Der durch nichts gestört und abgelenkt wird. Weniger krank und viel flexibler als die Anderen. Was soll man sonst auch machen. In der Wohnung erwartet einen ja niemand. So macht man seine Reisen, alleine oder mit jemandem aus dem Freundeskreis. Die schlimmste Zeit ist die Winterzeit. Weihnachten, Neujahr und auch der drohende immer wiederkehrende Geburtstag. Es sind die Tage, an denen man unweigerlich mit so etwas wie inniger Gemeinschaft konfrontiert wird, auch wenn man es nicht aushält. Der Job läuft gut, denn man ist eben fleißiger als all die Anderen. Aber sonst ist es schon seltsam. Die Zeit läuft und läuft. Tagein, tagaus. Einer wie der andere. Man wird älter und wenn man so lange alleine ist, dann hat man sich in seinem eigenen Leben eingerichtet. So eng, dass da keine Luft für jemand anderes mehr ist. Dieses völlig unbeobachtet sein in seinem eigenen Leben macht einem schon mal zu schaffen. Das Gefühl, nicht wahrgenommen zu werden. Dabei hat man doch so viele Interessen. Die Musik. Das Kochen. Das Reisen. Das Malen... Und so vieles mehr. Man hat so viele Interessen, dass einem nicht langweilig wird. Man hat sich eine Vollbeschäftigung verordnet. Die Freizeit ist minutiös durchgeplant, damit man nicht zu oft auf sich selbst und seine Einsamkeit stößt. Langeweile gibt es nicht. Es gibt immer was zu tun. Man ist ja fleißig. Ein fleißiges Bienchen. Der perfekte Mitbürger. Steuerklasse 6. Konsum aus Einsamkeit. Alles in Ordnung. Sogar auf

die Voruntersuchungen freut man sich, weil diese Abwechslung ins Leben bringen. Manchmal denkt man sich, wie es wohl wäre, wenn man eine schlimme Krankheit hätte. Wer sich alles um einen rührend kümmern würde. Bei dem Gedanken wird einem ganz anders und man betet, dass hoffentlich nichts ist. Emotionen. Die holt man sich in passenden Dosen aus den dafür geeigneten Medien. Traurige Musik. Fröhliche Filme. Anrührende Bücher. Schockierende Nachrichten. Alles da, um sich wenigstens als Teil einer Gemeinschaft zu fühlen. Und ab 5.00 Uhr morgens liegt man dann hellwach im Bett und die Gedanken machen einem Angst, schüren Befürchtungen, lassen Schlimmes erahnen. Kleinigkeiten stampfen wie Elefanten über das Gewissen. Da steht man lieber gleich auf, als sich weiter mit diesen Gedanken zu plagen, obwohl man schon um 21.00 Uhr den Abend zuvor eingeschlafen ist.So macht man weiter und weiter, als fleißiges Bienchen. Und mit dem Honig versucht man, das Beste daraus zu machen. Allein. Bis auf weiteres.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 11:16

Donnerstag, 15. November 2007

Wo bitte geht es zur nächsten Falle?

Du steckst in der Falle. Nur in welcher, ist die Frage. Es gibt da einige. Und Einige stecken sogar in mehreren. Nicht wenige führen ein Leben wie in einer Zwickmühle. Aber das Leben in der Falle scheint nicht so schlimm, dass wir es um jeden Preis in der Welt ändern wollen. Im Gegenteil, die Einstellung lautet: Die anderen ja – ich nicht. Oder auch schön ist: Ich komm da jeder Zeit raus, wenn ich will. Die schlimmsten Fallen sind:1. Beziehungsfalle2. Familienfalle3. Schuldenfalle4. Vermögensfalle5. Schuldgefühlfalle6. Suchtfalle7. Machtfalle8. Rechthabereifalle9. Angstfalle10. Geltungsdrangfalle11. Überheblichkeitsfalle12. Minderwertigkeitsfalle13. Größenwahnfalle14. Gleichgültigkeitsfalle 15. Gutgläubigkeitsfalle16. Habgierfalle17. Triebfalle18. Intelligenzfalle19. Dummheitsfalle20. Unaufmerksamkeitsfalle21. Mitteilungsunfähigkeitsfalle22. Interesselosigkeitenfalle23. Panikfalle24. Stressfalle 25. LaunenfalleDas ist nur eine kleine Auswahl von Fallen, in die man täglich, stündlich, jeden Augenblick treten kann. Und es werfe der mit dem ersten Kommentar nach mir, der nicht selbst von einem Fettnäpfchen ins andere tritt und dabei regelmäßig bei den persönlichen Favoriten wieder und wieder vorbeischaut. Es ist okay, geradezu menschlich, aber es offenbart auch unsere Fehlbarkeit und zwar nicht ab und zu, sondern mitunter ständig. Somit fragt sich der Laie und der Fachmann staunt, was macht der Mensch eigentlich fehlerfrei oder wenigstens so, dass man sich keine Sorgen machen muss? Mir fällt da auf Anhieb nichts ein, außer, dass sich Sorgen machen auch zu einer Falle werden kann, zur Sorgenfalle. Wie auch vieles bis alles andere, was man immer und immer wieder falsch anpackt. Aber wir haben ja noch Zeit und zeitgeschichtlich gerade mal 30.000 Jahre rumprobiert. Somit lässt das ja für die nächsten, na sagen wir mal 250.000 Jahre hoffen. Also, wo bitte geht es zur nächsten Falle?

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:59

Tempolimit

Freie Fahrt für freie Bürger! Diskussion „130“ in Deutschland. Unser neuer Vorkämpfer-Europa Söder aus Franken, der letzte aufrechte Stoiberianer, jetzt aber unermüdlicher Kämpfer für Ihro Beckstein müllt: „Wenn man die Durchschnittsgeschwindigkeit auf allen Autobahnen nimmt, fahren wir heute sowieso nur 134 km/h!“Das ist jetzt aber sehr hilfreich, wenn mich ein Mercedes-Sprinter mit 186 km/h von der Mittelspur rammt. Eigentlich waren es ja nur 134 km/h. Soll mich da nicht so anstellen! Blöd, wenn der Wahlinder Rangar Yageshwar zeigt, dass ab 100 km alle Sicherheitssysteme wie Airbag, Gurt oder Knautschzone zu dem mutieren, was sie bei hohen Geschwindigkeiten sind: Salz-in-die-Augen-Streuer der Politik und Industrie.Neben Nepal ist Deutschland das letzte Paradies dieser Erde, wo man(n) noch ungehemmt seine Pferdestärken auf den Asphalt bringen darf. Wobei es im Himalaja eher eine theoretische Frage sein dürfte, ob die nächste Serpentine noch 130 verträgt.Die 80-jährige Gehirnwäsche unserer Regierungspartei, der Autolobby, zeigt Wirkung. Unser aller Existenz steht auf dem Spiel, wenn wir unsere 2-Tonnen-Geländewagen und 280- Km-Spitze- Boliden nicht mehr auf unseren Teststrecken von A1 bis A9 ausfahren dürften. Kein amerikanischer Filmstar würde jemals mehr einen Porsche kaufen, der nicht zuvor bewiesen hätte, dass man auch heute noch die Avus mit 220 Stundenkilometer bewältigen kann.Wem sollten wir Deutsche zujubeln, wenn nicht ein finnischer Fahrer in einem englischen Auto, aber mit deutschem Geld Weltmeister einer Veranstaltung wird, die so sinnlos ist, wie die samstägliche Autopolitur. Da rasen erwachsene Männer 300 Kilometer mit größtmöglichem Spritverbrauch in speziellen Hochgeschwindigkeitsmaschinen, nur um nach einundeinhalb Stunden dort anzukommen, wo sie zuvor losgefahren sind.In den aktuellen Werbespots der Autoindustrie mutieren ihre inzwischen alle gleich aussehenden Karossen zu märchenhaften Einhörnern, die auf leeren Küstenstrassen dahincruisen. Unser aller Traum von Freiheit und Abenteuer, Weite und Heldentum.Wie kann man diese pittoreske Idylle nur stören wollen? Mann ist, was er fährt.Wozu denn noch den 120.000 Euro- Schlitten leasen, wenn mich ein sturer Pfälzer auf der verzweifelten Jagd nach Wählerstimmen einbremsen will? Wo sollen denn die Japaner ihre Jamabuzzi oder so ähnlich, das Motorrad, das über 300 km/h schafft, ausfahren können? Dann sollen doch die Chinesen und Koreaner unsere Fabriken übernehmen. Dann lohnt sich doch das Leben eh nicht mehr?Es ist übrigens nur ein Gerücht, dass BMW in München jetzt zurückschlägt. Die europäische Transportaufsicht wird dafür bezahlt, die S-Bahn so effektiv zu stören, dass wieder mehr Kunden genervt aufs Auto wechseln. Trotzdem merkt man schon die Wirkung: Letzte Woche habe ich mit dem Auto für die 75 Kilometer von Rosenheim zurück nach München zwei Stunden gebraucht. Mensch, Söder! Nicht einmal rechnen kannst du. Das waren nie im Leben 134 km/h!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Gleichgesinnte um 09:57

Dienstag, 13. November 2007

Schalt den Turbo ein

Ist es übermittelt, dass im Laufe der Evolution eine Schnecke schon mal zu spät kam? Wir sprechen da über einen Zeitraum von ca. 20.000.000 Jahre. Bei Studien aller mir vorliegenden Unterlagen habe ich keinen einzigen Hinweis darauf gefunden, nur dass die Schecke sich im Schneckentempo zur artenreichsten Tierart gemausert hat. Es sollen so um 43.000 verschiedene Arten sein. Eigentlich unvorstellbar. Wenn man bedenkt, dass unsere Welt sich vor allem dadurch auszeichnet, dass alles immer schneller gehen muss. Ich habe auch keine Unterlagen dazu gefunden, inwieweit Schnecken Stress empfinden oder ob diese überhaupt an Herz- Kreislaufkrankheiten sterben können. Übereinstimmung mit dem Menschen gibt es auch. So kommt die Schnecke am besten voran, wenn sie ordentlich Schleim hinterlässt. Das ist dem Menschen bekannt, mit einschleimen geht es oftmals besser voran. Die enge Beziehung zum Eigenheim haben auch beide gemeinsam. Aber sonst ist da nicht viel. Die Schnecke lebt also 500mal länger als der Mensch auf diesem Planeten und es gibt 42.995 mehr Arten als beim Menschen. Und ein Ende dieser Entwicklung ist nicht in Sicht. Über 70% aller Weichtiere sind Schnecken. Der Mensch macht unter den Säugetieren weitaus weniger aus. Der Mensch vergrößert seinen Anteil unter den Säugetieren eher dadurch, dass er andere zum aussterben bringt. Aber zurück zum eigentlichen Thema. Tempo. Geschwindigkeit. Unser hetzen, jagen und rasen wirkt angesichts dieser Tatsachen lächerlich. Ein Leben im Schneckentempo wäre viel erstrebenwerter, weil schöner, lockerer, gesünder und angenehmer. Das Leben würde nicht so an uns vorbeirasen, sondern wir könnten es viel intensiver erleben. Eigentlich machen die Schnecken uns erfolgreich vor, dass Geschwindigkeit bei weitem nicht den Stellenwert hat, den wir Menschen ihr einräumen. Obwohl es sicher die eine oder andere Schnecke gibt, die sich schon mal beeilt oder die es eilig hat. Aber der Unterschied zwischen einer dahinschlendernden Schnecke und einer, die es wirklich eilig hat, ist mit dem bloßen Auge nicht zu erkennen.Wer sich mal die Zeit nimmt und über Geschwindigkeit ernsthaft nachdenkt, der kann sich das Lachen nicht verkneifen. Denn wenn alles schneller ist und geht, um wie viel schneller kommt man dann wo an? Am Lebensende? Da mach ich mal lieber langsamer. Wir könnten von den Schnecken viel lernen. Die von uns - nichts. Aber wir haben ja keine Zeit.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:51

Montag, 12. November 2007

Über die ganz anderen Menschen

Wie oft habe ich diese Äußerung schon vernommen. Was in sich schon den eigentlichen Hinweis darauf enthält, dass es hier mit der Individualität nicht weit her ist und man es sich in der Konformität richtig nett gemacht hat. Die Wohnungen und Häuser sind voller Menschen, die ganz anders sind. Dabei kann man sie unmöglich auseinanderhalten. Man müsste mehr auf Nuancen achten. Winzige Details. Wie bei eineiigen Zwillingen.Die Menschen fühlen sich wohl in der Konformität. Man ist wie die anderen. Wie alle anderen. Und kann trotzdem aus sicherem Konformitätsabstand behaupten, ganz anders wie die anderen zu sein. Warum nur? Warum die ganze Mühe – anders sein zu wollen – wenn man offensichtlich gleich sein will.Die Anpassung als oberstes Prinzip in der Evolution für die Sicherung des Fortbestandes hat einen emotionalen Gegenspieler, die Individualität. Der Wunsch, so sehr man selbst zu sein, sich so nah zu sein, dass daraus etwas ganz unverwechselbares individuelles entsteht, ist nicht gering und wächst an. Ob Frau Müller oder Herr Maier an der Hotline ist doch völlig egal. Menschen haben sich selbst zu Funktionswerkzeugen degradiert. Namenlos und gesichtslos. Man funktioniert wie eine Maschine. Man läuft eben einfach rund. Wie die vielen anderen Maschinen. Man ist so genau wie Maschinen und so zuverlässig. Der Mensch strebt geradezu danach, die Perfektion einer funktionierenden Maschine zu haben. Kein Wunder, dass er dabei seine Individualität verliert. Man ordnet sich unter und ein. Man passt sich an. Man gehört dazu. Man gleicht einem Ei wie dem anderen. Damit scheint die Chance am größten zu sein, unerkannt zu bleiben und so besser durchzukommen. Lieber ein Grashalm von Millionen sein als ein Pilz, der aus der Wiese der Konformität herausragt. Soweit so gut. Aber der Gegenspieler der Individualität hat auch einiges zu bieten. Und das wird immer interessanter und erstrebenswerter. Der Unterschied wird zunehmend anziehender. Die Ecken interessanter. Die Kanten bewundernswerter. Das Leben in der Konformität ist auch ein Leben in der Anonymität. Das unter- und abtauchen zeigt auf Dauer seine Nebenwirkungen. Immer mehr Menschen wollen etwas anderes, als das was gerade ist. Sie wissen nicht was und sie wissen nicht wie, wann und warum. Aber das Bestreben, etwas zu verändern wächst. Spürbar. Die individuelle Klasse entsteht. Entwickelt sich. Vergrößert sich. Und vieles an diesen Menschen ist völlig anders als das Verhalten der Menschen, die man im Allgemeinen so kennt. Denn das Bewusstsein hat das Denken und damit das Handeln verändert. Der wirkliche Individualist würde von sich nie behaupten, einer zu sein. Er bemerkt es nicht mal so richtig. Denn er spürt dieses Defizit, dass ein Konformist verspürt, nicht. Dessen Sehnsucht, irgendwie anders zu sein. Die sich vor allem darin ausdrückt, alles zu unternehmen, um anders zu sein. Was sich in der Regel nur in Äußerlichkeiten ausdrückt. Er sammelt Symbole der Individualität um sich, was der Individualist nicht tun würde. Somit ist es wie in einer Geistesheilanstalt. Diejenigen, die behaupten verrückt zu sein, die schickt man nach Hause. Hingegen dürfen diejenigen in einem Zimmer für lange Zeit Platz nehmen, die voller Überzeugung von sich behaupten, völlig gesund zu sein. Die Gefängnisse sollen auch zum überwiegenden Teil voller Unschuldiger sein. Somit liegt es in der Natur des Menschen, dass er von sich behauptet zu sein, was er nicht ist. So einfach kann kompliziert sein –wenn man es weiß. Also ist die Gegenteilsannahme betreffend einer Behauptung oft die bessere und die richtigere. Schon verrückt. Aber ich kann nichts dafür – ich bin unschuldig.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 11:12

Sonntag, 11. November 2007

Die bleichen Berge

Wir waren jetzt in Bozen. Unser Hotel war alt und gut in Schuss. Die Zimmer waren neu und ziemlich gemütlich. Ich kaufte mir einen Hut bei Rizzolli, der ältesten Hutmacherei in der Stadt. Den Hut wollte ich zukünftig beim Fischen tragen.
Seit heute regnete es. Wir spazierten durch die Altstadt und verzogen uns in eine Weinklause, wo wir uns an einen Tisch setzten, an dem schon Einheimische saßen. Der Wirt war ein Italiener; etwas mürrisch, aber den Wein, den er uns brachte, konnte man sich gefallen lassen. Es war ein Lagrein und seine Farbe war Dunkelrot und er schmeckte ein bisschen wie reife, schwarze Süßkirschen. Wir aßen verschiedene mit Olivenöl beträufelte Brote dazu; warmes, krosses, duftendes Brot. Scheiben von Tomaten, gehobelter Parmesan, frisches Basilikum, salzige Sardellen. Die Brote pfefferten wir grob aus der Mühle, bis uns der Schwarzpfeffer scharf in Nase stieg.
Die Stunden nach der Mahlzeit verbrachten wir auf unserem Zimmer. Wir machten es uns gemütlich und dann schliefen wir ein.
Als wir zum Abendessen aufbrachen, regnete es nicht mehr. Aber da die Wolken den Himmel ganz bedeckten war es grau und trist in den Straßen. Auf dem nassen Pflaster spiegelte sich das Licht aus den Häusern. Und weil die Läden geschlossen waren, waren auch keine Leute unterwegs. Es war die Zeit zwischen dem Nachmittag und dem Abend. In einer Auslage auf der anderen Seite der Straße sahen wir Licht. Angezogen von dem warmen Licht gingen wir hinüber. Bücher! Wir fragten den Mann, der uns begrüßte, ob es auch deutsche Bücher gäbe. Wir sahen sein freundliches Nicken und waren froh über unsere Entdeckung: Ein Laden voller Bücher an einem grauen Bozner Spätnachmittag. Eine ganze Weile stöberten wir herum. Es gab einfache braune Holzregale und ein rotes Sofa. Die Bücher waren nach Ländern sortiert und die Regale mit kleinen, weißen handgeschriebenen Zetteln markiert: spanische Autoren in spanischer Sprache, italienische in italienischer, französische in französischer, polnische in polnischer, deutsche in deutscher und so weiter. Natürlich gab es auch Übersetzungen. Ich kaufte ein Buch von Francisco Coloane, Feuerland. Außerdem ein Literaturmagazin. Das Magazin versprach eine Zeitschrift für brauchbare Texte und Bilder zu sein. Der Laden war wirklich gut sortiert und wir blieben bestimmt an die zwei Stunden. Als wir nach draußen sahen, war es fast dunkel und wir verließen die
Bücher. Bis zu dem Lokal, das wir aufsuchen wollten, war es nur ein kurzes Stück die nasse Straße rauf und es roch noch immer nach Regen. Durch die beleuchteten Fenster konnten wir nach drinnen sehen. Drinnen in der Gaststube saßen ein paar Leute bei Lampenschein und als wir eintraten kam der Wirt auf uns zu, ein Grauhaariger mit ebenso grauem Oberlippenbart. Er streckte seine Hand aus und wies uns einen großen Tisch an. Der Tisch sei reserviert, aber die Gäste würden erst später kommen. Wir bestellten eine Flasche Lagrein dunkel und ein großes Mineralwasser dazu. Wir entschieden uns für Leberknödelsuppe. Die Suppe kam, schmeckte kräftig und heizte ein. Der Hauptgang – Bratkartoffel mit Spiegelei – machte uns richtig satt. Von dem Salat, den es auch gab, aßen wir nicht mehr alles auf.
Auf dem Rückweg: wieder Regen. Also kehrten wir noch irgendwo auf einen Drink ein: Islay-Whisky, 12 Jahre alt, zwei Finger breit im Glas. Von unserem Platz aus sahen wir den Regen in langen Fäden fallen. Später wollten wir schnell ins Hotel kommen. Wir drückten uns an den Hauswänden entlang, an den Bars vorbei, die ausgestorben waren, kamen durch die Straße, wo sonst die schwarzen Nutten standen und sahen im Vorübergehen in die öffentlichen Grünanlagen, die jetzt gar nichts mehr Einladendes hatten. Über die Zebrastreifen traten wir nur auf die weißen Streifen und sahen bestimmt ziemlich betrunken aus.
Vor unserem Hotel standen ein paar Italiener und rauchten.
Wir beeilten uns, in den vierten Stock zu kommen. Der Aufzug war alt und das Holz aus dem er gebaut war knarrte beim Fahren. In der Enge des Lifts roch es nach altem Teppich und beim Hochfahren wackelte er hin und her wie
ein lockerer Zahn. Im Zimmer öffneten wir das Fenster. Unser Zimmer lag ruhig zum Garten und nach hinten raus. Von unserem Bett aus sahen wir

tagsüber auf die Weinberge. Jetzt sahen wir nur ein paar verstreute Lichter und die Umrisse einiger Häuser und die Lichter machten die Nacht noch schwärzer. Manchmal hörten wir einen Wagen oder ein Motorrad irgendwo die Bergstraße herauf oder herunter fahren oder vor einer Kurve hupen. Man hupt hier vor Kurven. Entfernt rumpelte der Fahrstuhl.
Am dritten Morgen packten wir die Koffer. Das Taxi fuhr vor. Unser Fahrer war eine Fahrerin. Sie hieße Torggler. Sie half uns beim Gepäckeinladen und wir verließen Bozen. Der Himmel war jetzt leer über Bozen. Ein leeres Blau, aus dem die Sonne mit ihrer ganzen Sommerwucht auf die Stadt schien. Unsere Fahrerin hatte mit Erzählen angefangen. Sie erzählte von der Geschichte ihres Landes als wir durch das Tal der Eisack in Richtung Brixen fuhren. Zu der einen Seite konnten wir auf den Fluss sehen. Auf der Flussseite und auch gegenüber waren Burgen, Kastelle, Ansitze und Ortschaften an die Berghänge gepflanzt worden. Sie erklärte uns die verschiedenen Burgen; auch die Trostburg, auf der Walther von der Vogelweide gelebt hatte. Etwas später passierten wir den Eingang zum Grödnertal und ihr Zeigefinger wies auf einen Ort – eine Kirche, ein paar Häuser – in dem Oswald von Wolkenstein zuhause gewesen war. Eine weniger breite Straße verließ jetzt die Hauptstraße und das Tal und kletterte seitlich den Berg hinauf. Unsere Augen tasteten die Wiesen empor bis uns die Sonne blendete, und über die Wiesen zurück in Tal, wo der Fluss eine Schlangenlinie machte, und über die Wiesen und grünen und braunen Bergrücken bis ganz weit zum Horizont, wo die bleichen Berge unter dem blauen Himmel standen. Das waren die Dolomiten. Gipfel, die in Urzeiten vom Meer umspült waren. Von dem Meer, in dem kleine Tierchen schwammen, die zu Korallen wurden, bis daraus Riffe entstanden, die durch gewaltige Kräfte zusammengedrückt, gefaltet und aufgetürmt schließlich aus dem Wasser aufstiegen. In dem Ort namens Barbian machten wir Halt und verstauten unser Gepäck in einem Geländewagen. Wir waren guter Stimmung und es war uns etwas abenteuerlich zumute, als wir einstiegen. Am Ortsausgang bog unsere Fahrerin in einen Kastanienwald, durch den ein unbefestigter Weg führte. Als wir so durch den Wald schaukelten, dann an frisch gemähten Almwiesen mit von der Sonne gebleichten Holzgattern vorbei, über Wurzeln und Wasserrinnen, die jetzt trocken waren, sprach sie von dem Kastanienwald und den Kastanien. Von den Barbian-Kastanien, die Eigentum der Bauern seien, die sie auf dem Obstmarkt in Bozen verkauften, und die kein Fremder sammeln dürfe. Sie sprach davon, wie von etwas ganz Bedeutendem. Etwas ganz Seltenem. Wie von Gold oder Diamanten.
So schaukelten wir durch den Wald und schwiegen dabei. Wo wir aus dem Wald herauskamen, war der Gasthof zu sehen. Der Fahrweg führte in einem ausladenden Bogen auf das Haus zu. Wir kamen an und entluden unser Gepäck. Hier oben war es angenehm. Ein leichter Wind war zu spüren. Ein paar Leute sahen uns beim Ankommen zu. Mit Frau Torrgler verabredeten wir eine Vorbestellung: 13. September, 10 Uhr, Transport nach Brixen und zum Bahnhof. Wir sahen sie noch mit samt Wagen im Wald verschwinden.
Der Gasthof Bad Dreikirchen besteht zu großen Teilen aus Holz. Auf den Zimmern liegen Anweisungen, die besagen, wie man sich bei Feuer zu verhalten hat. Rauchen auf den Zimmern ist verboten. Wir waren zur Mittagszeit angekommen und suchten uns auf der großen Veranda einen Platz. An den kleinen Tischen mit den rosafarbenen, sauberen Tischtüchern saßen schon reichlich Gäste. Unterhalb der Veranda war ein Bauerngarten, in dem mannshohe Sonnenblumen standen und ins Tal blickten. Danach kam eine große Wiese, die steil abfiel, von einem staubigen Fahrweg geteilt wurde und danach noch steiler dem Waldrand zu abfiel. Von unserem Platz aus sahen wir die gegenüberliegenden, bewaldeten Berge. Wo kein Wald war, waren Almen und es gab versprengte Höfe und Ortschaften, die
um Kirchen herum versammelt standen. Aus der großen Entfernung war

keine Bewegung auszumachen.
Wir saßen vor unserem Rotwein und tranken und redeten bis das Essen aufgetischt wurde. Wir waren glücklich mit dem, was wir bestellt hatten: Hauswurst mit Kraut, Spinat-Lasagne, grüner Salat und ein Korb mit verschiedenen Brotsorten. Wir hatten uns auf unser Zimmer zurückgezogen. Das Zimmer war groß und roch sehr gut nach Holz. Eine verglaste Tür führte auf die Veranda, die auch aus Holz gebaut war. Die Veranda war mindestens ebenso groß wie unser Zimmer. Ich Schritt sie in Breite und Tiefe ab und schätzte sie auf dreißig Quadratmeter und jeder Schritt war ein hohles Klopfen. Es gab einen runden Tisch, der nicht mehr als eine Holzplatte auf einem schmiedeeisernen Unterbau war, zwei Stühle. Die Stühle waren alt und wieder aufgemöbelt worden. Außerdem gab es noch einen mit weißem, grobem Baumwollstoff bezogenen Diwan. Wir ließen uns auf das einladende Möbel sinken und sahen in den Himmel, der jetzt fast ganz bedeckt war und die Wolken waren von den Berggipfeln kaum zu trennen. Wir lagen bequem und bald schliefen wir ein.
Am späten Nachmittag versuchte ich mich in dem großen Haus zurechtzufinden. Von der Veranda aus gelangte ich durch einen kurzen Verbindungsgang in den Schankraum. Von dort aus führten Ausgänge in die Küche, in eine Gaststube, in der drei kleine Tische standen, in die Diele – ein großer niedrieger Raum, von dem vier Türen abgingen – und in den großen Gastraum, der vollkommen holzvertäfelt war. Die eine Schmalseite des Raumes hatte große Fenster und eine doppelflügelige verglaste Tür, die zur Veranda führte. Auf der gegenüberliegenden Seite gab es ebensolche Fenster und Türen, die verglast waren. Dahinter war das Klappern von Töpfen und Geschirr zu vernehmen. Zu sehen war nichts. Der Durchblick war hier mit buttergelben Vorhängen verdeckt worden. Ich folgte dem buttergelben Licht, das wie Sonne in den Raum strahlte und einen breiten goldenen Widerschein auf den gedielten Fußboden warf. Vom Speiseraum gingen zwei Türen ab. Hinter der einen war ein Raum, in der sich ein schwerer Flügel breitmachte. Ich sah ein Sofa, mehrere Sessel, tiefe Tische davor und eine Eckbank aus Holz. An den frischgekälkten Wänden hingen Ölbilder. Ein großes über dem Sofa zeigte ein verschneites Dorf im Winter. In einem Steinkrug beim Fenster standen rote Rosen auf einem Tisch. Der andere Raum war ganz anders. Es gab wenig Licht, ein paar Sessel mit abgewetztem Stoff, auch einen Sekretär, altmodische Stehlampen und kleine wacklige Tischchen; und es gab eine Bücherwand mit einer Trittleiter davor. Es war ein Ort, an dem es nach Geschichten roch. Ein Raum mit vielen Büchern. Eine Lesehöhle! Ich fragte mich, ob hier vielleicht die Seele des Hauses wohnte. Ich blieb eine Weile, um etwas davon nachzuspüren.
Ich forschte weiter und fand auch das älteste Zimmer im Haus. Ich war durch einen langen, dunklen Flur bis zum Ende gegangen. Solange, bis es mir fast zu dunkel geworden war. Dann war die Erleuchtung beim Öffnen der Tür gekommen: Die reine Freundlichkeit strahlte mir entgegen. Das Zimmer, in dem ich mich jetzt befand, war vollkommen in südliches Licht getaucht. Nur Licht. Wände und Decke waren weiß getüncht. Nur um die Deckenlampe herum erkannte ich noch gemalte Blumenmuster, die langsam verblassten. Es hatte Südlage und an zwei Seiten Fenster und eine Tür zum Balkon. Es war ein sehr schmaler, sehr langer Balkon, von dem es auf die ankommenden und abreisenden Leute herabsehen konnte. Am folgenden Tag wollte ich mich an die Arbeit machen. Ich wollte hier mein Buch zu Ende bringen. Beim Frühstück saßen wir im Freien und betrachteten die Wolken. Die Wolken lagen tief und sie würden sich nur allmählich aus den Tälern erheben, an den Bergspitzen festwachsen wollen, bis sie sich weiter höben und irgendwann im Sonnenschein auflösen würden. Ich behielt meinen Pulli an. Ich war nicht ganz auf der Höhe und fühlte mich schlecht und wir beschlossen, dass mir eine leichte Wanderung gut tun würde – Sollte die Arbeit doch warten. Der Weg führte aufwärts durch Fichtenwald und an kleinen Sturzbächen vorbei. Zögernd gaben die Wolken den Blick auf die Berge frei. Bald

konnten wir die Dolomitenspitzen sehen, die hinter den davorliegenden Bergen herausragten. Wir waren jetzt in einer Welt mit weitem Blick. Der Himmel war ein glattes blaues Tuch. Da war nichts, was den Blick verstellte. Vor uns die Ewigkeit der Berge. Über uns die Endlosigkeit des Himmels. Man konnte sehen, so weit man wollte. Und an irgendeinem Punkt fing man an, sich in sich selbst umzuschauen. Und auch da war nichts, was den Blick verstellte und wahrscheinlich fühlte ich mich deshalb nicht ganz wohl. Wir kamen wieder in Bewegung und wieder in den Wald. Der Boden war ja gut zu gehen, aber der Weg war steil und immer wieder mussten wir nach wenigen Metern atemlos und mit pochenden Herzen stehen bleiben. Nach Windungen und Gehpausen kamen wir schließlich an einer besonnten Wiese an, die frisch gemäht war und süß und irgendwie nach Kindheit roch. Hier waren wir auf der Höhe des Weges angekommen. Von einer Bank aus betrachteten wir das Bild: Etwas unterhalb von uns gab es eine Sennhütte, an der klares Bergwasser vorbei in eine natürliche Wanne lief. In dem glasklaren Wasser gab es Forellen. Gegen den hellen Grund der Wanne sahen ihre Körper dunkel aus. Wir zählten drei oder vier und dachten, dass sie eine prima Mahlzeit abgeben würden, dass wir sie in Butter schwenken und mit den Händen von den Gräten essen würden. Wieder beim Gasthof, waren wir müde. Wir zogen Schuhe und Strümpfe aus und legten die Beine hoch. Den ganzen Nachmittag waren wir faul. Ich beschloss die Arbeit an meinem Buch erst morgen aufzunehmen, las in Hemingways Fiesta und ging dann doch noch daran. Ich nahm mir die Notizen vor, die ich mir zu meinem Buch gemacht hatte und begann damit, sie durchzuarbeiten.
Beim Abendessen planten wir für den nächsten Tag.
Nach dem Nachtisch zogen wir uns in das Flügelzimmer zurück. Wir lasen und tranken den Wein leer und wurden bald schwer vom Wein, und spürten die Steigungen, die uns in den Knochen steckten. Es war an der Zeit, schlafen zu gehen. Am nächsten Tag lag die ganze Natur im Nebel. Wenn die Sonne stark genug wäre, würde es ein schöner Tag. Wir packten den Rucksack und füllten die Wasserflasche. Draußen war es kühl. Nach einem halbstündigen, schweißtreibenden Anstieg wurden wir vom Regen überrascht. Wir waren unterhalb von Briol unter Bäumen stehengeblieben und dachten ans Umkehren. Andere Wanderer gesellten sich zu uns und wollten sich vom Regen nicht am Weitergehen hindern lassen. Mir war kalt; ich spürte wie ich auskühlte. Eine Zeitlang verbrachten wir mit Warten. Der Regen hatte nachgelassen, als ich den Rucksack wieder aufsetzte. Aber als wir weitergehen wollten, nahm der Regen wieder an Stärke zu. Und als wir in Briol einkehrten, begann es erst recht aus Eimern zu schütten. In der bis auf Kopfhöhe mit Holz verkleideten Stube setzten wir uns an einen freien Tisch. Alle Tische hatten frische, weiße Decken. Wir fanden den Kellner, der gerade den Küchenofen feuerte und fragten nach heißem Tee. Er brachte zwei Kannen mit Lindenblütentee und zwei Tassen. Er war freundlich; ein kleiner, breitschultriger Mann mit bäuerlichem Gesicht, der italienisch und mit den Händen sprach.
Wir waren bald trocken, aber uns war immer noch kalt. Ich schaute mich gerade in der Stube um, als sich die Tür öffnete und die Gruppe, die uns eben vorausgegangen war, hereinplatzte. Es waren vier. Sie schüttelten den Regen ab, stampften ein paar mal energisch mit den schweren Schuhen auf dem Boden auf, grüßten, setzten sich in eine andere Ecke und hinterließen nasse Flecken auf dem gescheuerten Holzboden. Im selben Moment kam von nebenan auch die Wirtin in den Raum und brachte mit ein paar Handgriffen einen Gasofen in Gang, der sofort Wärme produzierte. Das Ofenmetall machte Geräusche, wie es sich unter der zunehmenden Wärme ausdehnte. Die Wirtin war eine jugendliche, agile Person. Ihre Haut hatte sich einen Bergsommer lang schokoladenbraun gefärbt. Wir ließen uns sagen, was es zu Mittag gäbe und bestellten zweimal
Flädlesuppe. Die Suppe kam und zusammen mit dem Ofen wurde uns jetzt endlich warm.

Am Nachmittag hockten wir unter kleinen Lampen in der Bibliothek und lasen und ich begann etwas in meinem Notizbuch zu schreiben. Draußen änderte sich wieder der Himmel und es sah ganz schön aus. Die Sonne kam hervor und verschwand wieder hinter Wolken. Das Wolkenbild veränderte sich ständig und mal fiel das Licht auf die Waldhänge und mal auf die Kuppen, die baumlos waren oder auf die graue Schroffheit der Dolomiten. Das Sonnenlicht bewegte sich immer fort an eine andere Stelle und die Wolken nahmen immer andere Formen und Farben an und ich besah mir das Naturschauspiel bis die Sonne hinter den bleichen Bergen verschwunden war.
Nachts glaubten wir uns der Zivilisation näher. Wir sahen ins Tal hinab und konnten die vielen Lichter der Fahrzeuge sehen, die sich auf der großen Straße bewegten. Eine dichte Kette von roten Lichtern in die eine und eine ebenso dichte Kette von weißen Lichtern in die andere Richtung. Ein gegenläufiger Strom nach Norden und nach Süden. Tagsüber wurde das ferne Rauschen des Verkehrs vom Zirpen der Grashüpfer überdeckt, nachts war es immer da, immer gleichförmig, und anders als das Rauschen eines Flusses oder das Rauschen der Blätter in den Bäumen; ein Rauschen von Menschen gemacht, monoton, wie das Rauschen eines elektrischen Föhns. Neben der Straße gab es eine Eisenbahnlinie. Das Rauschen war ähnlich, nur lauter und kürzer als eine Minute. So ein Eisenbahnrauschen kam unregelmäßig, kam und verlor sich wieder, und dann hörte man wieder die große Straße.
Die nächsten drei Tage waren sehr heiß gewesen und die Bauern hatten begonnen, dass Heu zu wenden und schließlich aufzunehmen. Der Bauer fuhr in einem Traktor und zog eine Maschine, die das Heu aufnahm. Hinter der Maschine, die das Heu aufnahm, gingen zwei Helfer mit großen Reschen und sammelten das liegen gebliebene Heu. Durch die Luft wirbelte der Staub vom Heu und wir saßen auf der großen Veranda und schnüffelten wie es nach Sommer roch.
Wieder am Abend sahen wir die Dolomiten und sie sahen jetzt rötlich aus und in den Falten lagen tiefe, schwarze Schatten. Über dem Langkofel stand eine weiße Wolke, die aussah wie von einem Indianerfeuer. Wir saßen wieder in der Bibliothek und wenn wir hinaussahen, sahen wir einen blassblauen Himmel mit zartrosa Wolken, schwarze niedriege Berge vorn und rosafarbene hohe Berge dahinter. Die untergehende Sonne zeichnete die Farben auf den Fels. Da wo kein Licht mehr war, war auch keine Farbe.
Wir aßen eine Menge Abendessen und dazu tranken wir eine Flasche Vino Nobile de Montepulciano, einen 95er, der sehr rot war im Glas. Danach holte die Bedienung eine Flasche Schwarzgebrannten aus einem der Wandschränke. „Barbian-Whisky", sagte sie, als sie die Flasche auf den Tisch stellte. Wir probierten und er schmeckte nach Alkohol und Zwetschgen. Die Flasche, die sie nach dem Zweiten oder Dritten wieder zurückstellte, war eine Ballantines-Flasche gewesen und war jetzt eine Barbian-Whisky-Flasche. Barbian-Kastanien waren also nicht das einzig Besondere an Barbian. Der Tag vor unserer Abreise war ein Sonntag. Aber eigentlich waren auch alle Tage vorher Sonntage gewesen. Wir hatten auf der Veranda in der Sonne gesessen und gefrühstückt. Nachher machten wir einen Spaziergang. Als wir in den Wald gingen, wurde es kühl. Wir hielten uns an den Händen und waren für den Augenblick glücklich mit uns und der Welt. Wir kamen an eine Wiese und wie wir so gingen, hörten wir plötzlich hinter uns das Hufschlagen herangaloppierender Pferde.
Der Boden dröhnte, als sie herankamen. Sie kamen schon in der nächsten Sekunde aus dem Wald über eine Kuppe gerast und wir retteten uns mit einem Sprung in die Wiese. Es waren drei: Zwei Halflinger und ein Apfelschimmel. Die Reiter zügelten das Tempo, einer grüßte auf italienisch und dann beschleunigten sie wieder und rasten davon.
Als wir am letzten Abend noch vor dem Essen in der Bibliothek saßen, hörten wir im Speiseraum Stimmen und es wurde Besteck aufgelegt auf die Holztische und Gläser klangen, die herangetragen

wurden und Schritte auf dem Holzboden und das Rücken von Stühlen war zu hören. Wir stellten uns alles vor. Die Stimmen, die wir hörten, waren uns vertraut geworden und wir konnten den Stimmen Gesichter zuordnen. Es war ein Kommen und Gehen beim Auftragen und dazwischen war das Klappern im Besteckkasten zu hören, und die Tritte auf dem Holzboden klangen hart und versetzten den Boden in leichte Vibrationen, die bis in die Bibliothek zu spüren waren. Mir brannten die Augen vom Starren auf mein Manuskript und vom Lesen, aber ich hatte die Hälfte meiner Arbeit geschafft und den ersten Teil meines Buches überarbeitet. Es war einiges, was zu bearbeiten war, besonders in den ersten vier Kapiteln. Den Rest hatte ich für die Zugfahrt vorgesehen und hoffte noch gut voranzukommen. Wir tranken noch einen Rest aus der Flasche vom Abend davor. Es war wieder Lagrein, obschon wir viele andere Rote probiert hatten. Ich fragte den Wirt, was wir unbedingt noch trinken sollten. Er brachte einen Dolcetto d´Alba, Jahrgang 96. Der Wein war ausgezeichnet. Voll, mit einem leichten Speckgeschmack; schwer, aber nicht zu schwer und es war ein wirklich guter Abschluss. Am Morgen kam unsere Verabredung. Wir verstauten die Koffer und fuhren den Berg hinunter auf die Hauptstraße. Nach Brixen waren es vielleicht zwanzig Kilometer. Am Bahnhof in Brixen setzte uns Frau Torggler ab und wir gaben unsere Koffer in die Gepäckaufbewahrung. Ein Jüngerer und ein Älterer nahmen unser Gepäck und gaben uns den Abholzettel. Wir gingen über die Via Statione Richtung Zentrum. An der Straße standen große Villen. An dem Giebel einer Villa war das Bild einer Biene aufgemalt; darunter stand: Lernt von den Bienen. Wir bummelten noch ein bisschen und gingen ein paar Gassen, Straßen und Plätze ab und waren auch im Dom. Wir aßen zu Mittag und gingen zum Bahnhof zurück. Wir lösten unser Gepäck aus, in dem wir zahlten. Der Jüngere gab die Koffer raus, aber das Trinkgeld wollte er nicht. Wir hatten uns angewöhnt erster Klasse zu fahren und daraus kann man lesen, dass es auch eine Zeit gab, in der wir uns das nicht leisten konnten, und jetzt genossen wir es. Von Bozen aus hatten wir zwei Pakete nach Hause geschickt, und als wir ankamen, waren die Pakete schon da. In dem einen Paket war mein Hut. In dem anderen waren getrocknete Steinpilze, Pfifferlinge, Tomaten und zwei Hände voll frischer Peperoncini.

Geschrieben von in Weite Welt um 13:34

Freitag, 9. November 2007

Hamsterräder

Wenn man der Mehrheit der Medienberichte trauen möchte, haben mindestens zwei Drittel der Arbeitnehmer weder Spaß an ihrem Job, noch Loyalität zum Arbeitgeber. Das ist zwar durchaus beabsichtigt, aber immer wieder eine Schlagzeile wert. Man hält ja schließlich das Rad am Drehen.Nimmt man einen Querschnitt der Medien, besteht unser Leben ohnehin nur noch aus Hartz IV, Preiserhöhungen, Minijobs, zu teurer Pflege mit unbezahlbarer Alterspyramide, Terrorverdacht, steigenden Benzinpreisen, Umweltkollaps und Angst vor Jobverlust.Dafür essen und trinken wir in unserer Freizeit zu viel, fliegen mit Ozonkillern nach Malle, statt auf eine Urlaubswoche zu verzichten. Sollen aber bitte die neue, deutsche Limousine XRS 7.2 i kaufen, weil sonst noch mehr Arbeitsplätze nach China abwandern müssen. Sollen dankbar für die abnehmenden Nettolöhne mit längeren Arbeitszeiten sein, weil diese Maßnahmen unsere Jobs sichern helfen, die unsere Freunde in den Parteien auch noch mit unseren Steuergeldern anfüttern, damit wir die 220 anderen, indirekten Steuern bezahlen können.Unsere Kinder bekommen statt Bildung Angst vor der Zukunft, aber auch Casting-Shows, die zeigen sollen, dass man nichts können muss, weil man sowieso ein Star wird. Die Mädchen haben entweder Untergewicht, weil sie Model werden wollen oder sind zu dick, weil sie zu klein sind. Die Jungs werden entweder Profifußballer und brauchen deswegen gar kein Abitur oder sie gehen später sowieso in die Medien, werden Boygroup, Beckham oder Politiker.Wir bekommen als Entschädigung „panem et circenses“ vorgesetzt, allerdings nur in kleinen Dosierungen. Die volle Dröhnung heißt Premiere und ist auch noch kostenpflichtig. Die öffentlich rechtlichen Geldverschwender erhöhen sich jährlich die Zwangsgebühren, weil sie ihren Bildungsauftrag mit Volksverdummenden Jodelshows oder Talkrunden nachkommen müssen. Dafür zeigt die bunte Yellow Press täglich als Belohnung unsere Idole wie Paris Hilton, die fürs Partygehen bezahlt wird oder zugedröhnte Rockmusiker, wie sie wieder eine Moderatorin oder silkonverstärkte Schauspielerin abschleppen. Entschuldigung, die Moderatorinnen werden ja von den Wirtschaftskapitänen geentert.Schöne, moderne Welt? Es gibt Lösungen: Fernseher aus und ab ins Kino, mehr Fahrrad statt Auto, mehr Buch statt Zeitung. Statt zur Wahl ein Wochenende nach London. Freude an der Arbeit statt Trübsal. Aufgaben für andere übernehmen. Freunde und Familie. Sport und Spiel.Zum Trost: Wir müssen alle sterben. Wenn es stimmt, was so erzählt wird, kommen wir entweder ins Paradies oder es erwarten uns 72 Jungfrauen. Was bekommen die Frauen? Na, egal. Der FC Bayern wird auch nächstes Jahr wieder Meister, selbst wenn wir arbeitslos geworden sind. Die CSU bekommt in Bayern 50% plus X, auch wenn der Huber persönlich jeden Tag meinen Rechner durchsucht. Also kein Grund zur Panik.Und für alle, die jetzt noch zweifeln, hier meine ultimative und einmalige Lösung für Sie persönlich. Ich verrate hier die Lottozahlen vom kommenden Samstag: 7, 11, 13, 20, 42, 48 Superzahl 3.Schönes Leben noch ab kommender Woche!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Weltberühmtes um 07:51

note werbeagentur münchen - dialog statt monolog - Plakat Nr. 13

note werbeagentur münchen - dialog statt monolog - Plakat Nr. 13Kommunikation ist zur Einbahnstraße der Monologe verkommen. Man versucht nur seine Information los zu werden. Oft und laut. Dabei funktioniert Kommunikation wesentlich besser im Dialog. Weil man den Absender für die Information mit einbezieht. Ein schönes Zeichen von Respekt.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:50

Donnerstag, 8. November 2007

Ausweichtaktik

Leider hat sich in vielen, fast allen Bereichen unserer Gesellschaft die so genannte Ausweichtaktik breit gemacht. Ein Beispiel dazu: Eine Person hat Zahnschmerzen auf der linken oberen Seite. So dass es ihr Schmerz bereitet, wenn sie auf dieser Seite versucht, etwas zu essen. Was macht diese Person? Sie isst auf der rechten schmerzlosen Seite weiter. Somit wäre eigentlich anzunehmen, dass jemand mit Zahnschmerzen denselben beseitigen lassen würde, um weiter ordentlich zubeißen zu können. Aber so verhält sich die Gesellschaft nicht. Man weicht dem Problem einfach aus. Soll sich ein anderer darum kümmern. Zu einer anderen Zeit.Hätte man aber das eigentliche Problem beseitigt, würden nicht die viel größeren Folgeprobleme daraus entstehen. Aber das muss man eben nur geschickt vertuschen. Somit gesellt sich zur schädlichen Ausweichtaktik das Vertuschungsverhalten hinzu. Man tut so, als ob man keine Zahnschmerzen hat und fällt bei dann auftretenden größeren Problemen wie aus allen Wolken. Warum diese Taktik? Weil die Zeitspannen immer kürzer werden. Man hat erst keine Zeit, zum Zahnarzt zu gehen. Dann denkt man, das wird schon nicht so schlimm sein. Und wenn der Schmerz weg ist, dann kommt keiner auf die Idee, dass nicht nur der Schmerz weg ist, sondern mit hoher Wahrscheinlichkeit auch der Zahn von uns gegangen ist. Was dazu führt, dass um den toten Zahn ein neues, wesentlich größeres Problem entsteht. Aber in unserer Gesellschaft sind die Zeitspannen sehr kurz, im Business reden wir von Quartalsbilanzen. Somit ist die provisorische Lösung heute zum Standard gewonnen, weil man die letztendlichen Auswirkungen selbst ohnehin nicht mehr mitbekommt. Politiker haben die Wahlen im Nacken und so weiter. Geht man also mit dem Anspruch an die Arbeit, in dieser Gesellschaft den ursprünglichen Zahnschmerz – das eigentliche Problem – zu beseitigen, dann trifft man auf taube Ohren. Wenn man aber Lösungen schafft, die nichts kosten, vor allem kein Geld, die da lauten – ja wenn es links weh tut, dann essen sie doch rechts – dann ist der Erfolg unvermeidlich.In dieser Gesellschaft werden oft keine Probleme gelöst, sondern diese werden einfach auf andere Schultern abgeladen. Bis auch diese das Problem nicht mehr tragen können. Dann findet sich schon der Nächste. Kurzfristig?! Ja. Aber so ist unsere Zeit. Was ich mich frage ist: Wie kommen all die Menschen mit dieser Welt voller schlechter provisorischer Lösungen klar, die es eigentlich besser wissen? Wie kann man damit leben, wissentlich falsch zu denken und zu handeln? Heilt Geld wirklich diesen Schmerz? Man müsste die Wirkungszeiträume verlängern. Unternehmensbilanzen nur noch alle drei Jahre erstellen. Gewählte Vertreter müssten rückwirkend wie Architekten und Statiker in die Verantwortung genommen werden können – Manager übrigens auch – wenn eine Konstruktion sich als provisorisch und schädlich herausstellt, obwohl eine bessere Lösung dagewesen wäre. Diese Ausweichtaktik ist für unsere Gesellschaft sehr ungesund. Oder wie man im Pott sagt: Billig kann ich mir nicht leisten, das kommt mir nachher zu teuer. Das gilt nicht nur für billig, sondern auch für provisorisch.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:57

Mittwoch, 7. November 2007

Befindlichkeiten

Wie oft kommt es vor, dass sich gute Beziehungen plötzlich verschlechtern? Unmerklich zuerst. Ein kleines Körnchen, das die tragende Oberflächenspannung mindert. Dann immer schneller, weil kleine Körnchen einsam sind und sich vermehren, schneller als die einsamen Schäfchenwolken am purpurblauen Sommerhimmel. Es klumpen sich mehr und mehr Körnchen aneinander, so lange bis ein so großes Korn entstanden ist, dessen Schwerkraft größer ist als die Kraft der Oberflächenspannung. Und da: Plötzlich macht es „plumps“ und das große Korn wird vom Wasser verschluckt. Aus ist es mit der anfänglichen Idylle.Ist es nicht so ähnlich mit unseren sich verschlechternden Beziehungen? Da fällt ein achtloses Wort, nicht wirklich böse gemeint, aber doch irritierend. Die gute Konvention verhindert eine sofortige Rückmeldung im Sinne von: „Als ich mir deine Bemerkung anhörte, konnte ich für mich noch eine andere Bedeutung heraushören. Ist es das, was du mir sagen wolltest?“Meistens wird etwas geschluckt, um die gute Stimmung (sic: Oberflächenspannung) nicht zu trüben und schon liegt das Körnchen da, das letztlich alles auslösen wird. Noch schwieriger wird das Ganze, wenn man sich die Körnchen gar nicht wirklich bewusst macht. Sondern lediglich eine Trübung spürt, ohne konkret die Ursache zu lokalisieren. Das führt mich aber jetzt erst zum eigentlichen Thema: Ich stelle fest, dass die Trübungstoleranz doch sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Bedingt durch die verschiedenen Kommunikationsebenen, auf denen wir senden und deren Empfang individuell auch äußerst sensibel einzustellen ist.So gibt es bekanntlich Leute „die das Gras wachsen hören“, ein nicht unbedingt auf ein gutes Gehör zu schließen lassendes Sprichwort.Ein Beispiel möge das verdeutlichen. Frage ich meinen Freund: „Gehen wir ins Kino?“, sagt der, er habe keine Lust, schon etwas vor oder komme mit. Frage ich meine Freundin, kann es passieren, dass ich plötzlich eine Lawine lostrete. Vor allem wenn meine Frau das mitbekommt. Aber Spaß beiseite. Die Freundin kann z.B. antworten: „Immer bestimmst du, was wir am Samstag machen“. Oder: „Nie fragst du mich, was ich möchte“. Oder dergleichen unerfreuliche Dinge.Da haben sich also schon ein paar Körnchen angesammelt. Umgekehrt kann es aber auch sein, dass die Freundin mal wieder das Gras wachsen hört und lediglich ihrer eigenen Unsicherheit Ausdruck gibt. Ich hatte Freundinnen, die mir sowohl bei einem gehaltenen als auch ausgebliebenen Anruf die gleiche Szene machen konnten. Bis ich bemerkte, dass es gar nicht um mich ging. Das dauerte allerdings gute 40 Jahre.Seitdem gehe ich mit den Befindlichkeiten meiner Mitmenschen deutlich entspannter um. Indem ich nämlich a) eine sofortige Rückmeldung gebe, b) nicht auf alles reagiere, c) nicht alles auf mich persönlich beziehe und d) die jeweiligen Befindlichkeiten registriere, sie aber nicht zu meinen mache.Zu guter Letzt noch ein Hinweis, der jetzt aber vielen Befindlichkeiten auf den Schlips treten wird. Es hat mir geholfen, mich selbst nicht für so furchtbar wichtig zu halten, nicht alles auf mich zu beziehen, über mich selbst lachen zu können und andere so zu nehmen, wie sie sind. Wenn Sie also Trübungen in Ihrer Oberflächenspannung wahrnehmen, könnte es sein, dass sie Ihren Befindlichkeitsregler zu sensibel eingestellt haben. Es liegt bei Ihnen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Weltberühmtes um 08:40

Dienstag, 6. November 2007

Beschaffungskriminalität

Wenn ich mit anderen Menschen über das Geld verdienen, das Arbeiten und deren Beschäftigungen und Tätigkeiten rede, kommt mir das im überwiegenden Maße immer wie Beschaffungskriminalität vor. Der Anteil der Entschuldigungen und Ausreden ist prozentual und proportional sehr groß. Wie eine Studie unlängst belegt, sind 70% mit ihrer Arbeit unzufrieden und zusätzlich haben 17% innerlich schon gekündigt. Das macht 87% Unzufriedenheit aus. Das ist viel, sehr viel. Das ist ein volkswirtschaftlicher Schaden von ungeahntem Ausmaß.So erhalte ich Freitagnachmittags Anrufe mit dem Inhalt – Überlebt; Endlich Freitag...usw. Und Montag Morgens: Oh mein Gott, ich habe keine Lust....usw. Aber die Rechtfertigungen sind eigentlich viel spannender als immer wiederkehrende Gefühlsbeschreibungen. Ich kann nicht anders. Ich muss. Das Geld. Die Verpflichtungen halten einen dazu an, das zu ertragen. Obwohl der Ausgleich offensichtlich nicht funktioniert. Denn 2 Tage Samstag und Sonntag gegen 5 Tage in Unzufriedenheit können das schon numerisch nicht kompensieren. Da helfen dann auch die Urlaube nicht mehr. Denn diese offenbaren einem ja noch viel mehr, was man sich da Tag für Tag, Woche für Woche antut. Muss?! Nun gut.Dann gibt es da noch die Träumer. Die einem ständig vergewissern, dass sie das alles nicht brauchen. Obwohl sie es verabscheuen, bleiben sie aber dabei und dran. Denn sie könnten ja anders. Wenn sie wollten. Immer und sofort. Aber passieren wird nichts.Und es gibt noch eine dritte Gruppe. Die auf dem Absprung. Das sind diejenigen, die einem jedes Mal ein neues Ausstiegskonzept oder Übergangskonzept erklären. Die immer auf dem Sprung in ihr eigentliches Leben sind. Im Laufe der Zeit fällt denen aber nicht auf, dass sie den Traum vom Sprung weitaus mehr pflegen, als den Versuch, es wirklich zu tun.Das Potential, ein Leben lang einer Tätigkeit nachzugehen, die man selbst nicht wertschätzt, mit dem Argument "man muss", ist sehr groß. Somit kann man zwar die Miete zahlen und alles andere. Ist eventuell sozial abgesichert. Erreicht sogar einen gesellschaftlichen Status. Ermöglicht sich ein materiell sorgenfreies Leben. Aber der Preis scheint hoch. Zu hoch, würde man sonst über nichts anderes nachdenken, sich austauschen. Schade, denke ich. Sehr schade. Aber wenn man in die Materie mal vordringt, liegt diese Unzufriedenheit oft nicht an der Sache. Sondern vor allem an allem anderen, was nichts direkt mit der Sache zu tun hat. Das frühe Aufstehen. Das lange Arbeiten. Das ständige Reisen. Das oft weg von den Lieben sein. Das Umziehen. Das Mobbing. Der Stress. Die Politik. Der totale Kontrollverlust. Dass andere über einen entscheiden können. Dass man nur ein kleines Rädchen in einem riesigen System ist. Dass der Verlust von Freiheit einfach schmerzt. Dass Sicherheit nicht gegeben ist. Dass die Gesundheit darunter leidet, wie die Familie, die Freunde bis hin zu den Bekannten. Ich finde, das sind alles gute Ansatzpunkte für eine bessere und modernere Führungskultur. Wenn man alle diese Aspekte betrachtet und berücksichtigt, dann geht es letztendlich wieder nur, oder viel mehr, um die Sache. Und das ist es, worum es geht. Die Sache.Würde man alles, was diese Unzufriedenheit begünstigt, sukzessive beseitigen, hätte das eine unglaublich positive Auswirkung auf die Volkswirtschaft. Viele wären zufriedener bis hin zu glücklicher. Die Frage ist nur, ob sich das auch in Zahlen und Produktivität ausdrückt, 100 zufriedene und glückliche Mitarbeiter. Welchen Faktor erreichen diese im Gegensatz zum herrschenden Gegenteil, 86% Unzufriedenheit?Somit scheint bewiesen – Geld allein macht nicht glücklich. Der Spaß an der Beschaffungskriminalität ist dann doch zu gering. Wandelt man den in Beschaffungslust, sieht das Ergebnis sicher ganz anders aus. Alles, was aus Lust und Liebe entsteht, ist von einer anderen Qualität. So viel ist mal sicher.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 23:16

Ich & Ich

Ein symptomatischer Name für ein Musikduo, der gut in unsere Zeit passt. Irgendwie vermisse ich den Altruismus unserer Zeit. Der wird jedenfalls nichts sein, an den man sich erinnert. Mensch, Anfang des 3. Jahrtausends sind die Menschen aber für einander eingetreten. Nein, doch eher nicht.Nur, woher kommt das? Klar, uns fehlen die ganz großen Richtungsgeber. Begriffe wie Religion, Staat oder Moral sind bei uns nur noch Wörter. „Gott sei Dank“ werden manche sagen.Doch was ist eigentlich dieses „Ich“? Wo sitzt es? Definiert es wohl jeder gleich? “Ich“, wo sitzt du? Bei mir offensichtlich irgendwo innerhalb meines Kopfes. So würde ich es empfinden. Mein „Ich“ schaut aus den Augen raus wie aus einem Fenster und erfasst alles, was sich außerhalb meines Körpers aufhält als „Nicht-Ich“. Warum „bin ich, habe aber einen Körper?“ Ist „ich“ der Besitzer des Körpers? Ah, das erklärt jetzt das manische Durchschnittsverhalten des deutschen Autofahrers auf der Überholspur der Autobahn. Da wird das Auto zum Ersatzkörper, der durch das „ich“ gesteuert wird.Das bedeutet doch, das „ich“ kann sich bzw. seinen „Körper“ ausdehnen, variabel gestalten? Wenn das zutrifft, dann legt auch nur das „ich“ die Grenzen fest. Ein faszinierender Gedanke, finde ich. Oder findet mein „ich“? Daher also die Sandburgen, die spielende Kinder in den Cuxhavener Sand gebaut haben. Oder die hohen Mauern, die die meisten Villenbesitzer um ihre Anwesen ziehen. Quasi eine „Ersatzhaut“, die den Bereich des „Nicht-Ich“ definiert.

Deswegen haben dann Leute wie der Sonnenkönig, Napoleon oder andere, geschichtlich weit schlechtere Protagonisten den Satz geprägt „L'etat ce moi". Der Staat bin ich. Das „ich" kann also beliebig ausgedehnt werden. Bleibt es aber innerhalb des Kopfes sitzen, oder kann es diesen doch begrenzten Raum bei wachsender „Außenhaut" verlassen?Von ins Koma Gefallenen weiß man, dass viele von außerkörperlichen Erfahrungen berichten. Das „ich" verlässt wie eine schleierhafte Lichtgestalt den Körper. Ist das dann schon Seele oder noch „ich"? Oder die Traumerlebnisse, die mal mehr oder weniger deutlich in Erinnerung bleiben. Auch dort sind die Grenzen „ich/nicht-ich" mitunter weniger deutlich. Könnte es sein, dass es letztlich gar kein „ich/nicht ich" gibt? Sondern, dass alles „ich" ist? Weil es letztlich eine Frage der persönlichen Definition bleibt? Dann wäre Altruismus plötzlich Selbsterhaltungstrieb und wir täten uns nicht so schwer damit. Also definiere ich ab heute meine persönliche Außenhaut vorsorglich mit den Grenzen der Milchstraße identisch und halte es als Bayerischer Amigo zukünftig mit dem Kölner Klüngel „Man muss auch jönne könne!"

Geschrieben von Kai Falkenberg in Wilde Thesen um 12:39

Montag, 5. November 2007

Entregeln

Also, wenn man mich fragen würde, dann würde ich alles so weit und so gut es geht "entregeln" - und zudem schwer und viel in Eigenverantwortung und Eigeninitiative investieren. Also, genau das Gegenteil von dem machen, was uns widerfährt. Mein Gefühl sagt mir, die Einen verlassen sich zu sehr auf die Anderen. Und die Anderen geben den Einen das Gefühl, sie könnten sich auf sie verlassen. Was aber bei genauem hinsehen nicht oder nur schlecht funktionieren kann. Was uns zu diesem Zustand geführt hat, sind Regeln. Diese vermehren sich in alle Himmelsrichtungen. Es gibt Unmengen von Regeln. Davon passen die meisten nicht mehr, viele sind überflüssig, viele sind unverständlich und die meisten sind schwachsinnig. Anstatt man diese Art von Regeln einfach abschafft, schafft man neue, welche die falschen Regeln in eine richtige Richtung manövrieren sollen. Was aber nur selten bis nie gelingt.Somit beschäftigt sich unser System mittlerweile mehr mit dem Regelwerk als mit dem Wichtigen und Notwendigen. Wie auch, dafür müssen erstmal Regeln geschaffen werden.Das alles lässt ahnen, dass wir nicht in einer Demokratie sondern in einer Bürokratie leben. Diese hat sich total und kolossal verselbstständigt. Was unweigerlich dazu führen muss, dass das Denken und Handeln weitreichend eingeschränkt wird. Wir sind so dermaßen reglementiert, dass wir bewegungsunfähig sind vor Regeln, um es mal überspitzt zu formulieren. Deshalb bin ich für die weitreichende Abschaffung von überflüssigen, dummen und nicht mehr zeitgemäßen Regeln. Das wäre ein großer Fortschritt - eventuell der größtmögliche.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 17:22

Sonntag, 4. November 2007

Selbstzweifel - Selbstverzweiflung

Das wirklich seltsame an Selbstzweifeln ist, dass es wirklich egal ist, aus welchem Holz man auch geschnitzt ist, ob man Selbstbewusstsein literweise getankt hat oder nicht. Es reduziert sich zwar auf wenige Auslöser, aber es gibt diese. Somit kann wirkliches Selbstbewusstsein sich eventuell da am besten entfalten, wo man auf diese Art und Form von Auslösern nicht mehr trifft.Denn Selbstzweifel sind im Großen und Ganzen negative unbegründete Schuldgefühle. Schuldgefühle, die plötzlich in einem aufsteigen, wie bunte Luftballons, die mit Gas gefüllt sind und die man auf einmal loslässt. Natürlich gibt es auch begründete Selbstzweifel, aber die haben ihren Auslöser in einem selbst. Somit bedarf es keinem externen Auslöser. Aber es gibt diese. Und diese Selbstzweifel können einen emotional natürlich in eine tiefe Krise stürzen. Nur dadurch, dass sie da sind. Und man kann diese nicht auflösen. Kein Handeln beseitigt diese Art von negativen und destruktiven Selbstzweifeln. Somit denke ich, dass man diesen einfach aus dem Weg gehen muss, so gut es geht. Dann tauchen diese seltener auf und das Selbstbewusstsein kann sich wunderbar entfalten. Ein Langzeitstudie hat zum Beispiel ergeben und somit bewiesen, dass Kinder aus sozial schwächeren Elternhäusern sich nur zu einem ganz geringen Teil als Abschluss das Abitur wünschen. Im Gegensatz zu Kindern aus gutbetuchten Elternhäusern, die zum überwiegenden Teil wie selbstverständlich das Abitur anvisieren.Somit kommen da einige Parameter zusammen. Die einen Eltern trauen ihren Kindern nicht mehr zu, als sie selbst im Stande waren zu erreichen. Da sie schmerzlich selbst miterlebt haben, wie der Schulweg der Einen sich von denen der Anderen trennt und was das für die Persönlichkeit bedeutet. Hier die Verlierer raus aus der Schule und hier die Gewinner bitte weiter zum Abitur. Somit haben diese Eltern fehlendes Selbstbewusstsein und Selbstzweifel. Dieser Cocktail führt dazu, dass sie ihre Kinder dadurch beschützen wollen, sich nicht zu hohe Ziele zu setzen, um diese vor dem Scheitern zu schützen. Die wohlhabenden Eltern pumpen ihre Kinder von Anfang an auf mit Selbstbewusstsein und lassen dabei keine Selbstzweifel aufkommen, dass das Abitur eines der Durchgangstore sein wird, die man auf dem Weg zum Erfolg einfach passieren muss.Geht man mal davon aus, dass beide Kinder die gleichen Voraussetzungen mitbringen, so zeigt das Ergebnis aber deutlich, das der Ausgang maßgeblich durch die Eltern geprägt wurde. Deshalb mag ich die Fremdauslöser von Selbstzweifeln nicht und setze lieber auf Selbstbewusstsein. Und lasse nur die Selbstzweifel zu, die aus mir selbst erwachsen, aus meiner Selbsteinschätzung. Ich weiß, wovon ich rede, denn ich erwehre mich ständig diesen Attacken und weiche ihnen so gut aus, wie es geht. Auch wenn es manchmal menschlich sicher schmerzlich ist, aber man lebt wesentlich besser. Wer auf seinem Lebensweg die Kontinente wechselt, muss damit leben, von denen, die zurück bleiben, nicht verstanden zu werden. Und dass diese in einem immer und immer wieder Selbstzweifel auslösen. Außer man kommt mit Unmengen von Reichtümern zurück. Dann verstehen alle alles natürlich sofort und haben das immer kommen sehen. Für mein Leben versuche ich mich auf dem Kontinent, auf dem ich mich zur Zeit befinde, so gut einzurichten, wie es mir möglich ist. Ohne dabei meine Herkunft und mein eigentliches Ziel aus den Augen zu verlieren. Mit dieser Einstellung ist man aber ziemlich alleine. Aber lieber damit alleine, als sich ständig diesen Attacken auszusetzen. Fühle ich. Der Horizont anderer ist eben nicht meiner. Und ich habe und werde mich nie am Horizont anderer orientieren. Nicht weil ich nicht will, sondern weil ich nicht kann. Denke ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 10:41

Dienstag, 30. Oktober 2007

Glauben oder vom Glauben abfallen

Was soll man noch glauben? Was kann man noch glauben? Was darf man noch glauben? Was will man noch glauben? Was muss man noch glauben? Haben wir den Glauben an den Glauben verloren? Oder gewinnen wir gerade den Glauben zurück? Wer glaubt überhaupt noch an etwas? Glaube ist nicht Wissen. Sondern er fühlt sich so an wie Wissen, ohne es letztendlich genau zu wissen. Aber dem Bedarf es beim Glauben auch nicht. Somit ersetzt der Glaube das Wissen oder das Wissen den Glauben. Obwohl man einem Herren namens Sokrates, seines Zeichen Philosoph, nachsagt, er hätte gesagt „Ich weiß, dass ich nichts weiß.“.Womit die Glaubensfrage ebenso dasteht wie die Wissensfrage. Vor allem. Und vor dem Nichts. Nichts genaues weiß man nicht. Wenn Wissen Macht ist, dann ist Glauben das auch. Mit Blick auf die Geschichte kann ich die Machtfrage aber eher dem Glauben zugestehen. Wissen belastet eigentlich mehr. Menschen, die viel wissen, sind in der Regel seltsame Zeitgenossen. Ähnlich wie Menschen, die viel glauben. Auch die treten meist seltsam in Erscheinung. Ich sitze zwischen den Stühlen. Ich glaube viel, wenn ich wenig weiß. Und ich glaube wenig, wenn ich viel weiß. Aber ein Teil in mir glaubt. Oft. Viel. Ständig. Stark. Ein anderer Teil in mir sammelt Wissen. Aber es bleibt nicht. Es hat oft keinen Bestand, verliert schnell an Wert. Man weiß eben nie, wann man sein Wissen braucht. Wissen ist wie sammeln. Man sammelt und sammelt Wissen und Informationen, getrieben von der Angst, darauf sicher mal zurückgreifen zu müssen. Und dann ist man froh, dass man es greifbar hat. Obwohl Wissen im Stress oft nicht greifbar ist. Es liegt dann auf der Zunge, aber kommt nicht raus. Der Gedanke ist zum greifen nahe. Aber man greift und greift ins Leere. Man weiß, dass man es weiß, aber man kann das Wissen nicht abrufen. Aber auch Zweifel am Glauben sind gestattet. Wenn man sieht, was so passierte, passiert und passieren wird, dann kann man nachvollziehen, dass der eine oder andere vom Glauben abgefallen ist. Somit scheinen Glauben und Wissen sich näher zu sein, als man im Allgemeinen glauben mag und wissen kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 19:30

Montag, 29. Oktober 2007

Seele gesucht. Seele gefunden.

Was ist eine Seele? Wo ist die Seele? Wer hat eine Seele? Was sagt einem die Seele? Die Seele beschäftigt mich von Anfang an. Nichts, neben der Hölle, ist mystischer als die Seele. Als Kind dachte ich über die Beschaffenheit nach. Wie ein Organ sollte sie in meinem Körper ihr Wesen und Unwesen treiben. Der Ort muss in der Nähe des Herzens sein, aber manchmal auch ein gutes Stück tiefer, auf Höhe des Solarplexus und in der Magengegend. Oft versuchte ich, meiner Seele auf die Schliche zu kommen. Es gelang mir nicht. Irgendwie scheint sie überall zu sein. In jeder Zelle. Die Seele ist so etwas wie die ursprüngliche reine Definition meines Ichs. Der eigentliche Plan von meiner Person. Der dann durch die Umwelt hier und da geändert wird. Ob gut, ob schlecht. Somit ist die Seele die ursprüngliche Idee meines Lebens. Menschen, denen man nachsagt, sie hätten keine Seele, leben offensichtlich nur wenig bis gar nicht nach dem ursprünglichen Plan des Lebens. Sie leben offensichtlich einen anderen Plan, der in unserer aller Leben überhaupt nicht auftaucht. Eine gute Seele lebt den ursprünglichen Plan in großer Übereinstimmung. Somit kann es die Seele geben. Es kann aber auch sein, dass es diese eigentlich nicht gibt, sondern dass mit der Seele eher das Gewissen eines Menschen gemeint ist. Ist aber auch egal. Die Botschaft, diese mystische Botschaft, die mit der Seele verbunden ist, zieht mich bis heute in ihren Bann. Es ist wie die eigene Suche nach dem heiligen Gral. Mit den Attributen, die im Allgemeinen mit der Seele verbunden sind, mit diesen können die einen viel, andere nur sehr wenig anfangen. Mir scheint es so, als ob mit der Definition einer Seele ein Bündnis verbunden ist - sein Leben auf eine besondere Weise zu leben.Eigentlich ein gutes Bündnis, wenn dieses nicht schon so lange und so oft missbraucht worden wäre. Eine gute Seele von Mensch - das ist oft der Anfang von einem üblen Ende. Die Seele könnte auch die Energie sein, unsere Lebensenergie, wie so eine Art von KW Messung in uns selbst. Die PS mit denen wir durchs Leben schreiten. Die Wattzahl mit der wir leuchten. Es gibt eine Art von Energie, die von bestimmten Menschen ausgeht. Aber das sind nicht immer auch gute Seelen. Ganz im Gegenteil.Meine Seele ist aber offenbar und letztendlich die meine. Diese ist nicht übertragbar. Aber sie soll, so behaupten nicht wenige, auch nicht verlorengehen. Nun dann. Seele, wo steckst du? Wie bist du drauf? Was führst du im Schilde? Du großes Geheimnis meines Lebens.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 18:16

Jäger & Sammler

Am Beispiel des Einkaufverhaltens. Das Männchen geht eines Morgens auf die Straße und stellt fest: Schnee! Bis zu den Knöcheln. Es watet im Schnee! Das Signal, ein zweites Paar weiße Socken zu den Sandalen anzuziehen und in den an gestammten Schuhladen zu fahren. Dort fixiert der große, weiße Jäger die zu dieser Jahreszeit aufgereihten Winterschuhe, greift nach kurzem Rundblick zielsicher einen Schuh heraus, probiert ihn mit angewiderter Miene, nimmt das zweite Stück mit zur Kasse, zahlt und geht. Diese Beute wird ihn sicher durch die nächsten zehn Winter tragen.Anders das Weibchen: Die als Abfall aussortierten Werbebeilagen der Morgenzeitung des Männchens hat sie fasziniert studiert. Diese neue Teflonpfanne mit gemeißeltem Aluminiumgriff und gedrehtem Stahlboden hat ihr Herz sofort entflammt. Unter einem Vorwand lockt sie das Männchen ins nächst gelegene Einkaufscenter, weil es ja sowieso neue Winterschuhe bräuchte.Doch dort, ahh! Plötzlich fällt ihr ein. Sie braucht unbedingt neue, weiße Turnschuhe. Die alten sind mindestens schon sechs Monate alt, wenn nicht noch mehr. Also, weiße Turnschuhe müssen es jetzt sein. Instinktiv spürt das Männchen die nahende Gefahr. Jetzt bloß ruhig bleiben. Es setzt sich also vorsichtig auf eine dieser Knöchel hohen Bänkchen und harrt demütig der kommenden Turbulenzen.Kurz schöpft es noch Hoffnung, sind zwar weiße Turnschuhe zu Dutzenden aufgereiht. Doch für sein Auge sehen die alle absolut identisch aus. Weit gefehlt. Mit prüfenden Blicken nimmt das Weibchen jedes einzelne Exemplar herunter, dreht und wiegt. Probiert und trägt. Na? Will sie wissen, wie sehen die aus? - Wie ein weißer Turnschuh, wäre jetzt die suboptimale Antwort! Nicken und Grunzen ist die bessere Alternative.Nach kürzester Zeit gleicht die Turnschuhabteilung einem Kinderfaschingsball in der Endphase. Kein Karton steht mehr auf seinem ursprünglichen Platz. Zwei in entfernte Ecken geflüchtete Verkäufer werden herbei zitiert, um von diesem und jenem Exemplar die passende Größe aus dem Lager zu holen. „Nur die Größen, die Sie hier sehen“, zieht jetzt nicht mehr. Hier waltet das Weibchen in seinem ursprünglichen Reich. Resigniert nehmen es die Verkäufer zur Kenntnis und schleppen eine passende Größe nach der anderen herbei. Weiße Turnschuhe, soweit das Auge reicht!Das Drama nimmt seinen vorgesehenen Lauf. Doch, plötzlich! Ein „Der-ist-es-Schrei“ durchdringt die Kartonstapel. Tatsächlich. Triumphierend hält das Weibchen einen weißen Turnschuh in die Höhe, der sich für alle anwesenden Männchen in nichts von anderen weißen Turnschuhen unterscheidet. In nichts? Das wäre aber wirklich zu einfach.Mit unglaublicher Sicherheit hat sie genau das einzige Exemplar unter Hunderten oder Tausenden, wenn nicht Dutzenden gefunden, zu dem es kein zweites Exemplar gibt. Aber genau dieser Schuh muss es sein! Dieser oder

keiner!Nachdem die beiden Verkäufer inzwischen sowieso allen Widerstand eingestellt haben, sortieren sie jetzt alle Schuhe affenartig schnell zusammen. Fast beschleicht den Beobachter der Verdacht, sie wollten das Weibchen loswerden, so emsig sind sie. Die Kartons werden geschwind befüllt und ordentlich gestapelt. Doch zuletzt bleibt genau dieser eine Schuh übrig. Der, der es sein muss.Ein einsamer, weißer Turnschuh, Größe 39. Und jetzt? Sie sinniert über Ladendiebe, die ihren einen Schuh geklaut haben. Über die Menschheit, die in Kürze vor die Hunde geht, wenn jetzt schon einzelne Schuhe geklaut werden. Über die zehn Gebote. Ein Drama bahnt sich an.Es naht der Abteilungsleiter. Der Deus ex Machina? Der Retter? Er macht einen Vorschlag. Nehmen Sie doch diesen Schuh, Größe 39 und einen Größe 38, probieren Sie. Vielleicht passen sie ja? Das Gesicht des Weibchens verfinstert sich zunehmend. Probieren Sie. Wenn sie passen, mache ich Ihnen den halben Preis. Na gut, probieren kann man ja. Zögernd probiert sie. 39 links, 38 rechts ein Paar tastende Schritte. Trippelnd. Zögernd. Aber der halbe Preis? Was meinst du, Schatz? rhetorisiert sie in Richtung des Männchens, das nur scheinbar entspannt auf dem Bänkchen kauert. Nicken und Grunzen kommt als einzig richtige Antwort.Na ja, es geht sich eigentlich ganz gut. Also gut, meinetwegen. Gebongt. Die nehme ich. Erleichtert wird sie zur Kasse begleitet und noch erleichterter zum Ausgang. Ihre Euphorie über ihren gelungen Beutezug nutzt das erfahrene Männchen jetzt geschickt aus und dirigiert sie zurück zum Auto. Jetzt bloß kein falsches Wort. Als sie endlich wieder zuhause angekommen sind, fällt es ihr ein. Sie hat die Pfanne vergessen. Glatt! Hättest du mich nicht erinnern können? tadelt sie. Hätte ich, denkt das Männchen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Menschen um 09:45

note werbeagentur münchen “einfach statt vielfach“ Plakat Nr. 12

note werbeagentur münchen “Einfach statt vielfach“ Plakat Nr. 12Es liegt ein großer Irrtum vor, wenn Kommunikation nicht den gewünschten Erfolg bringt, die Summe der Information zu vervielfachen und somit die Komplexität zu erhöhen. Für Eingeweihte klingt das zwar schlauer, aber für diejenigen die man erreichen wollte, ist das noch unerreichbarer. Somit ist dieser Zug in die falsche Richtung abgefahren. Wenn Kommunikation nicht die gewünschte Wirkung entfaltet, dann mal besser darüber nachdenken was man noch weg lassen kann und noch einfacher machen kann.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 09:44

Sonntag, 28. Oktober 2007

katakomben des petersfriedhof, salzburg

Geschrieben von Peter von Felbert in Fotografie, Bilder, Grafiken um 17:13

Freitag, 26. Oktober 2007

Todsünden

Eine relativ unscheinbare Zeitungsmeldung in dieser Woche löste in mir einen kurzen Freudeschub aus. Was las ich da? Mit „Geiz ist geil“ sei Schluss! Unglaublich.Nach fünf (gefühlten 15) grauenvollen Jahren, in denen die Elektronikmarktkette Media-Saturn in jedem erreichbaren Werbemedium „Geiz ist geil“ grölte, gehe zu Ende.Halleluja! Das wäre mir einen Champagner ältester Abstammung wert, wenn ich einen hätte. Seit Beginn dieser Werbekampagne, die als ein „Slogan mit Augenzwinkern“ verkauft wurde, habe ich dieses Unternehmen großräumig gemieden. Ein Unternehmen, das seine Kunden für so blöd verkauft, hat an mir nicht viel verdient bzw. mich als Kunde nicht verdient.“Wir sind ja nicht blöd“ haben sie an anderer Stelle geplärrt. Möglich, ich aber auch nicht. Deshalb ging jeder Euro in Geschäfte, die ihre Kunden ernst nehmen.Also Leute, mal eine kurze Erklärung dazu: Geiz ist weder geil, noch prickelnd, noch besonders antörnend. Geiz ist einfach eine Eigenschaft, die den straft, der sie hat. Die Religion sieht im Geiz eine Todsünde wie auch in der Geilheit. Das sei wie es sei.In der Reklame jedenfalls haben solche Slogans nichts verloren.Warum nicht? Weil sie aufgrund ihrer Penetranz im Unbewusstsein wirken.Der Mensch ist nicht dumm und blöd auch nicht, aber die Menschen sind es. Das zeigten die Schlachtfeld artigen Szenen in Berlin als mal wieder einer dieser Elektronikmärkte eröffnet wurde.Es wird vorgegaukelt, es sei alles irgendwie billig, was zwar nicht stimmt, jedoch einfach mal geglaubt wird. Dazu wird der Focus auf den Preis gerichtet, der gering sein soll. Nein, das soll er nicht! Ich z.B. möchte zunächst hervorragende Qualität. Bevor ich aber überhaupt irgendetwas möchte, möchte ich nicht angeschrieen werden. Von irgendwelchen Krämerseelen schon gar nicht.Warum wird jetzt wohl dieser penetrant dummdreiste Spruch gekippt? Ich nehme an, das passiert, was immer passiert, wenn über den Preis verkauft wird: Es rechnet sich letztlich nicht! Der Mensch ist nicht dumm und der Kunde nicht blöd. Die Menschen und die Kunden aber schon. Sie wollen dann immer mehr für immer weniger. Das ist dann wirklich blöd.Wir können also aufatmen, die immanente Fairness des Marktes hat wieder mal gesiegt. In Zukunft heißt es: „Wir hassen teuer“.Schon wieder eine Todsünde, diesmal Hass. Nichts gelernt, setzen Sechs! Und teuer hasse ich auch nicht. Meine Frau allerdings noch viel weniger. Oder schenken Sie Ihrer Frau mal kein teures Abendkleid, sondern ein billiges. Viel Spaß damit!

Geschrieben von Kai Falkenberg in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 07:37

Donnerstag, 25. Oktober 2007

Damals. Ein Brief aus der Zukunft. 25. Oktober 2047.

Ich bin 83 Jahre alt. Und fühle mich nicht mal so schlecht. Diese Zeilen werde ich dann, auf die Frage “Wie war das damals?“ schreiben:Mensch Kinder, das war eine Zeit. Die ersten Vorzeichen konnte man, wenn man wollte, Ende der 90er schon erkennen. Aber wer wollte schon. Es brummte an allen Ecken das Business rollte. Man konnte sich vor Erfolg gar nicht retten. Alles immer schöner, größer, teuerer und mehr. Die Wirtschaft im Galopp. Und dann noch das endlose Feld – Internet, New Economy. Das sah so aus, das fühlte sich so an, wie die legitimen Nachfolger der Krawatten, Manschetten und goldene Knöpfe Abteilung.Alles war cool und sexy. Man trug Prada, fuhr Porsche und schlang Sushi in sich hinein. Ein Leben voller Zuversicht. Anstrengend, aber geil. Es war wirklich die Zeit, da waren die Coolen auch cool. Die Zeit der Ideen, der Träume. Die Zeit, Visionen Wirklichkeit werden zu lassen. So konnte und sollte es weitergehen. Aktien. Alle hatten plötzlich Aktien und die schossen durch die Decke. Das war alles echt sexy.Und dann folgten einige Dinge, die das ganze zum Einsturz brachten, in nicht mal 10 Jahren. Die Wiedervereinigung war wirtschaftlich rückblickend ein übles Ding. Dann die Euro-Einführung, alles wurde von einem Tag auf den anderen doppelt so teuer. Wir nannten ihn damals Teuro. Und dann ging der New Economy die Luft aus, zu viele Luftblasen. Es machte kawumm und sie war weg und mit ihr auch viele gute Ideen. Fast zur selben Zeit wurde Basel 2 eingeführt. Innerhalb von 24 Stunden wurde eine kreditgestützte Wirtschaft auf eine eigenkapitalgestützte Wirtschaft umgerüstet. Die Banken machten das. Gerne. Und dann kam der 11.September 2001. Da war dann endgültig Schluss mit lustig. Da war dann zappenduster. Schlimmer, da herrschte zusätzlich noch die Angst. Von dem Schock hat sich die Wirtschaft einige Zeit nicht erholt. Aber auch in dieser Zeit gab es Krisengewinner. Abertausende Insolvenzen folgten, erst die Unternehmen, also Kapitalgesellschaften und dann die Privaten. Immer mehr Haushalte waren völlig überschuldet. Die Wirtschaft stand unter Schock. Das war die Zeit der Söldner und Controller. Da nichts mehr wachsen konnte und nichts gesät wurde, schlug man Kapital aus dem Minimieren. Kosten runter. Kosten runter. Kosten runter. Outsourcing war damals die Devise. Alle und alles musste raus. Ein Ballon im freien Fall und alles was nicht Vorstand, Unternehmensberater und Controller hieß, wurde kurzerhand über Bord geschmissen. Eine Wahnsinnszeit. Wahnsinn. Wenn ich da heute noch dran denke. Wir wussten oft nicht, wie es weitergehen sollte. Aber so im Jahr 2009 oder 2010 war es glaube ich, da war der Spuk auf einmal vorbei. Die Zitrone war ausgepresst. Alles minimieren, weglassen und reduzieren war am Ende angekommen. Nichts ging mehr. Und dann halfen nur noch neue Ideen, neue Impulse, neue Investitionen, neue Macher, neue Gestalter. Die Wirtschaft zehrte geradezu nach Auswegen und neuen Wegen. Nichts ging mehr. Die alten Instrumenten und Werkzeuge hatten ausgedient. Der Konsument war erwachsen geworden. Al Gore gewann damals den Friedensnobelpreis. Es muss so 2007 gewesen sein. Da hätte man erkennen können, wohin die Reise geht, wenn man wollte. Aber niemand traute sich überhaupt, eine Chance beim Schopfe zu packen. Die Zuversicht ging gegen Null. Optimismus kam zynisch rüber. Eine völlig destruktive negative Zeit. Das einzige, was denen damals einfiel, war „Billiger“ - nicht besser, sondern immer billiger. Denen war nicht klar, dass immer einer billiger kann, aber nicht immer einer besser. Unglaublich, aber so war das damals. Mit Al Gore kam eigentlich die Wende. Damals fuhren alle noch mit Verbrennungsmotoren, heizten mit Öl, Gas und Kohle. Es war der Wahnsinn. In Afrika starben die Menschen an Hunger und AIDS. Diese Seuche hat damals Millionen von Menschen das Leben gekostet. Afrika war das Armenhaus. Ja, so war das damals. Wie die Zeiten sich ändern. Und wenn du in der Zeit lebst, dann denkst du, das geht jetzt immer so weiter. Aber ich kann dich beruhigen - nichts bleibt, wie es ist. Und unterschätze nie den Menschen. Wenn es ans Eingemachte geht, dann kann man sich gut auf ihn verlassen, sonst nicht. Mensch, war das eine dunkle Zeit.Und es ist gerade mal 40 Jahre her. Unvorstellbar.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:34

Mittwoch, 24. Oktober 2007

Das Marketing A und O

Gesunder Menschenverstand. Eigentlich könnte und müsste dieser Beitrag genau hier enden, denn es scheint alles gesagt. Aber leider scheint genau dieser weitreichend und weitverbreitet vom Aussterben bedroht. Unser denken und handeln scheint wie verklebt. Anstatt einfach unserer Intuition schon mal als grobe Richtung zu folgen, werden wir mit Wissen vollgestopft. Und mit noch mehr Informationen, die uns alle helfen sollen, eine richtige Entscheidung zu treffen. Dabei rückt diese immer weiter in die Ferne.Es gibt sie nicht mehr, die einfache Entscheidung. Zu viel muss dabei bedacht und berücksichtigt werden. Eigentlich kann man keine Entscheidungen mehr selbst treffen. Die Gefahr ist einfach zu groß – richtig zu liegen. Somit steht jede Entscheidung unter einem schlechten Stern, sie ist umgeben von Risiken. Wer will da noch eine treffen.Und wir alle müssen zudem bei jeder Entscheidung Dinge berücksichtigen, die man beim bestem Willen nicht berücksichtigen kann. Wer weiß denn heute wirklich, wie die Welt morgen sein wird? Okay, die Berater. Ich vergaß. Aber lassen wir die mal bei Seite. Und stellen wir uns vor, dass deren Voraussagen grundsätzlich nicht ganz uneigennützlich sind. Und dazu von dem schönen Umstand begleitet, dass diese dafür selbst nicht verantwortlich sind und das Ergebnis oft nur noch aus der Ferne mitbekommen. Oder meist gar nicht mehr. Marketing ist im Prinzip die Summe dessen, was man als plausibel in seinem Kopf gesammelt, geordnet und bewertet hat. Und das führt zu Entscheidungen, die einfach einem gesunden Menschenverstand entspringen. Und genau da liegt das Problem. Was ist heute noch gesund?Und welche Interessen vertritt die Entscheidung? Gibt es Entscheidungen rein nach dem gesunden Menschenverstand überhaupt noch? Und wenn, woran erkennt man die? Genau, am eigenen gesunden Menschenverstand, wenn man den für sich beanspruchen kann, darf, will.So sitze ich manchmal da und verfolge Entscheidungen und wundere mich. Wundere mich, was meine Gedanken über diese Gedanken denken. Aber man ist sich eben nicht immer zu 100% sicher, ob die eigenen Gedanken die richtigeren sind.Was es den falschen Entscheidungen noch einfacher macht. Denn wie sagte mal ein berühmter Mann: Der Dumme ist sich so sicher und der Intelligente so voller Zweifel.

Geschrieben von Christof Hintze in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 07:32

Dienstag, 23. Oktober 2007

note werbeagentur münchen - reduzieren satt minimieren - Plakat Nr. 11

note werbeagentur münchen “reduzieren statt minimieren“ Plakat Nr. 11Die Kunst des Weglassens ist es, dabei die Qualität mindestens zu bewahren, wenn nicht zu steigern. Diese Kunst beherrschen zum Glück nur wenige. Sonst könnte das ja jeder. Denn meisten misslingt dieser Versuch. Und sie minimieren alles was den Wert der Sache bestimmen könnte. Somit machen sie es wertlos. Bis es keiner mehr will. Egal in welcher Form. Egal zu welchem Preis.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:19

Montag, 22. Oktober 2007

note werbeagentur münchen - Gut statt schlecht - Plakat Nr. 10

note werbeagentur münchen - Gut satt schlecht - Plakat Nr. 10Es gehört schon Mut dazu einen Umstand, den man bisweilen als Missstand beschreiben kann so schlagartig zu verändern wie man es eigentlich Annehmen und sich Wünschen würde. Was daran liegt, dass jemand ja für den Zustand verantwortlich ist und er den Wandel zum Guten nur in kleinen Portionen verkraften und hinnehmen kann. Und es ihn zudem ein wenig von der Verantwortung und Schuld befreit. Der Weg ist zwar länger und mühsamer und teurer, aber besser als gar keine Veränderung zum Guten. Geduld. Man braucht eben viel Geduld.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 08:04

Samstag, 20. Oktober 2007

prater, wien

Geschrieben von Peter von Felbert in Fotografie, Bilder, Grafiken um 02:34

Freitag, 19. Oktober 2007

note werbeagentur münchen - Entdecken statt suchen - Plakat Nr. 9

note werbeagentur münchen - Entdecken statt suchen - Plakat Nr. 9Die Idee muss sich allen Angriffen erwähren. Die Bedenken müssen das nicht. Die haben es leicht. Es ist typisch deutsch und eine wirtschaftliche Unkultur was die Idee alles durch machen muss. Kein Wunder das viele lieber nichts machen. Das verkleinert die Angriffsfläche. Dabei ist die Bewegung, der Wandel, die Veränderung, die Entwicklung etwas Wundervolles. Es schafft nachhaltigen Erfolg.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 08:02

Donnerstag, 18. Oktober 2007

Die stumpfen Spitzen

Was ist wenn? Und warum eigentlich nicht? Der Konsument hat gelernt. Das Konsumvieh ist nicht schlau geworden sondern abgestumpft gegenüber Werbebotschaften. Hinzu kommt die unglaubliche Vervielfältigung von allem. Diversifikation. Medien. Produkten. Produktgenerationen. Vertriebskanälen usw... Alles scheint zu eskalieren.Was ist, wenn die ganzen Theorien der Vergangenheit nicht mehr greifen und funktionieren, weil die Spitzen, welche diese mal auszeichneten, stumpf geworden sind? Das würde bedeuten, dass man entweder so viel Geld hat, dass man auch mit stumpfen Spitzen den Konsumenten erreicht. Aber steht das noch in einem Verhältnis? Wohl kaum.Auf der anderen Seite könnte das bedeuten, dass eine ganze Branche langsam aufhören kann, an alten Vorstellungen festzuhalten. Die Angebote werden immer absurder und unglaublicher und der Konsument reagiert nicht mal darauf. Die Aufmerksamkeit wird auf unerträgliche Weise erhöht, mit dem immer selben niederschmetternden Ergebnis - es funktioniert nicht mehr. Der Zauber einer ganzen Branche ist wie weggeblasen.Unvorstellbar. Auch für mich. Aber im Laufe der Zeit ertappe ich mich selbst dabei, dass ich jedem Angebot grundsätzlich ausweiche. Jede Botschaft absichtlich übersehe. Die Glaubwürdigkeit ist bei „Null“ angekommen. Mich interessiert nichts. Ich orientiere mich nur noch am Bedarfsfall. Und da frage ich lieber jemanden, der Ahnung hat. Egal, was ich konsumiere, ich habe immer das Gefühl, ohnehin über den Tisch gezogen zu werden. Ich stelle mir nicht mehr die Frage nach dem ob, sondern nur noch wie sehr. Da sitzen sie nun, die Agenturen, die Marketingleiter, und denken sich immer tiefer in das Übel hinein. Aufmerksamkeit um jeden Preis. Alles wird subventioniert. Marktanteile gekauft. Die einst so spitzen Waffen der Konsumgesellschaft sind stumpf geworden. Sie stechen nicht mehr. Sie pieksen nicht mal mehr oder stoßen wenigsten an. Aber anstatt die Flut der Sinnlosigkeit einfach zu stoppen, wird der Druck noch erhöht. Alle Grenzen sind gefallen. Nehmen wir mal an, die Waffen sind stumpf. Und man würde diese einfach stecken lassen. Was würde passieren, wenn das Gerangel um Neukunden aufhören würde und man würde sich ausschließlich um Bestandskunden kümmern? Wenn man wirkungslose Angebote einfach nicht mehr kommunizieren würde?Eventuell braucht die Konsumgesellschaft neue Ziele. Gesellschaft 3.0. Andere, welche, für die sich das Konsumieren wieder lohnt, wieder Spaß macht. Eventuell brauchen Märkte neue Spitzen, die den Kundenwunsch, das Kundenbedürfnis relevant treffen und befriedigen. Hat sich da draußen jemand schon mal die Frage gestellt: Was will der Konsument? Für was wäre er bereit, Geld auszugeben? Und zwar nicht zu knapp. Warum mit stumpfen Instrumenten in Märkten herum hantieren, wenn an deren Stelle stichhaltige für die gewünschte Wirkung sorgen könnten?Die Wirtschaft reitet eben tote Pferde bis zum bitteren Ende. Die sitzen sogar noch auf toten Pferden und peitschen ein, wenn man nur noch das Gerippe erkennen kann. Bitter. Sehr bitter.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:43

Mittwoch, 17. Oktober 2007

Über das Sein. Und das Nichts.

Wer will das nicht. Sein. So sein, wie er ist. Genau so. Aber wie ist man? Was soll man sein? Wer will man sein? Woher weiß man denn, wer man ist? Einfacher gesagt als getan, einfach sein. So sein, wie man ist, ist offensichtlich nicht so einfach. Denn das “Sein“ ist geprägt durch viele Einflüsse. Einige sind uns bekannt, die meisten jedoch nicht. Diese prägen unser Sein aus dem Unterbewusstsein, prägen uns auf das eigentliche “Sein“. Kann man wirklich man selbst sein? Wie soll das gehen? Man ist zu einem Teil ein Spiegelbild seiner Sozialisierung, seiner Umwelt, seiner Gene, seiner Entwicklung, seines Charakter und Persönlichkeit, seiner Stärken und Schwächen. Zudem gesellt sich vieles, was unser Sein bestimmt und beeinflusst, rein zufällig dazu. Also ein geprägtes Sein, was auch anders sein könnte. Die einen entdecken ihr Sein in der Vergangenheit, andere in der Gegenwart und wiederum einige hoffen, ihr eigentliches Sein in der Zukunft zu finden. Einige mögen ihr Sein, wenn es gut läuft. Andere mögen ihr Sein nicht, weil es schlecht läuft. Das kann sich aber von Fall zu Fall schnell ändern. Was heute noch makellos ist, kann schon morgen voller Fehler sein. Und anders herum. Dabei könnte jeder so sein, wie er will. Wenn es nicht ein Sein geben würde. Ein ideales Sein. Wenn das Sein, so vielseitig, viel- und tiefschichtig wäre, wie Schneeflocken nie vorgeben dieselben zu sein. Dann sind alle. Auch wenn sie das Gefühl haben, neben den eigenen Schuhen zu stehen oder in denen anderer zu laufen, deren Schuhe eine Nummer zu klein sind oder einige Nummern zu groß. Jeder ist. Ob er will oder nicht. Viele wollen einfach nur so sein, wie sie sind. Dabei sind sie nicht das, was sie sein wollen. Andere wollen überhaupt nicht so sein, wie sie sind und machen alles Mögliche, um anders zu sein. Mit dem Ergebnis, genau sie selbst zu sein. Die Frage nach dem Sein hat viele Antworten. Unendlich viele. Man kann seinem Sein nicht wirklich entrinnen. Auch wenn man so tut. Ich würde gerne reich sein. Öfters. Und dann doch lieber nicht. Ständig will ich was sein, was ich nicht bin. Oder nicht sein kann. Oder nicht sein werde. Das ist gut, denn somit kommt man um das eigentliche Sein ganz gut herum. Das eigentliche Sein ist hart. Brutal. Die Wirklichkeit des Seins ist fast unerträglich. Darum wollen alle eigentlich was anderes sein. Oder sind auf der Suche nach dem Sein. Oder dem Sinn des Seins. So zu sein, wie man ist, ist eins der Schwersten. Außer es läuft, dann ist es eines der leichtesten - Leben. Denn nur ein Mensch auf der Welt weiß wirklich, ob der Schein auch das Sein ist. Man selbst. Ein Zustand, der unglaublich sein muss. Wenn man ganz man selbst ist. In allem, was man denkt und macht. Genau so zu sein, wie man ist. Ist das möglich? Wie soll das möglich sein? So wie man die Wahrheit nie kennen wird. So wie man nie alles wissen kann. Eventuell sollte man die Suche nach sich selbst, nach dem Sinn und so zu sein wie man ist, einfach einstellen. Wer alle diese Versuche einfach einstellt, der könnte die größte Chance haben, sich näher zu kommen, als mit allen anderen Methoden und Versuchen zuvor. Eventuell liegt die Lösung in dem Nichts zwischen zwei Gedanken. Da wo Meditation anfängt. Sein ist nur ein Gefühl, man selbst sein ein großes Gefühl. Aber es hat keine Farbe, keine Temperatur und schon gar keinen Wert. Sein ist nichts. Das Nichts spüren und empfinden. Sein könnte alles das sein, wonach wir nicht suchen und streben. Sein könnte alles das sein, was wir nicht materialisieren können. Alles das, was wir uns nicht vorstellen können. Sein oder nicht sein? Leben oder Tod. Erst der Tod gibt uns die Möglichkeit zu resümieren, dass etwas gelebt hat. Das Sein. Eventuell ist es so großartig, weil es so einfach ist und wir nicht mehr in der Lage sind, es zu erkennen. Es ist das Nichts. Es könnte das Nichts sein. Denn es ist mehr als alles andere. In der Musik ist das Nichts, das was daraus Musik macht. Erst die Stille zwischen den Tönen macht Musik. So ist es auch beim Schreiben. Das, was man nicht liest, ist oftmals überwältigender. Bei großem Design, großer Architektur ist es ebenso. Erst, wenn man nichts mehr weglassen kann, ist es großartig. Das Nichts macht das Sein großartig. Es ist das Nichts zwischen den Dingen des Lebens. Das Ausatmen, ohne das wir nicht einatmen könnten. Somit müsste das Bestreben der Menschheit nicht nach dem füllen des Nichts ausgerichtet sein, sondern danach, noch mehr großartige Lücken, Löcher und alles andere mit Nichts zu füllen. Wir müssen das gefüllte und überfüllte Nichts wieder entleeren. Und neue Lebensräume mit nichts füllen. Aber, das ist nur so ein Gedanke von mir. Der muss nichts zu bedeuten haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:20

Dienstag, 16. Oktober 2007

Wie erklärt man das seinen Kindern? Platz 21!

Das ganze Ausmaß der Katastrophe kann man hier herunterladen. Da ist es einem doch lieber, die hätten bei 20 aufgehört. Das kann man nur noch mit Humor ertragen. Und Platz 21 von wie viel? Obwohl, was soll da noch kommen? Auf das man stolz sein könnte das es hinter einem liegt? Mit dem Blick nach oben gerichtet, sind da wirklich ein paar harte Schläge zu verkraften. Da muss man durch. Das ist eben kein Zuckerschlecken. Obwohl, ich kann immer behaupten auf Platz 7 zu liegen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:25

note werbeagentur münchen - Haltung satt beugen - Plakat Nr. 8

note werbeagentur münchen - Haltung statt beugen - Plakat Nr. 8Konsens. Anderen Gerecht werden. Anpassen. Nicht auffallen. Weiter kommen. Voran kommen. Durchsetzen. Alles das stellt die so wichtige eigentliche Haltung in Frage. Wird diese nicht viel zu oft gebeugt? Was ist die wirkliche Meinung? Die Position? Der Standpunkt? Fragen die immer weniger Berücksichtigung finden und noch weniger Antworten. Die Angst etwas zu verlieren ist größer als die Lust die Haltung zu bewahren. Somit bleibt diese oft ein gut behütetes Geheimnis. Schade. Dabei ist diese wesentlich wichtiger und würde uns alle in der Sache wesentlich einfacher und besser voran bringen.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:23

Montag, 15. Oktober 2007

note werbeagentur münchen - Weiter führen statt vorsitzen - Plakat Nr. 7

note werbeagentur münchen - Weiter führen statt vorsitzen - Plakat N. 7Es hat sich zu einer wirtschaftlichen Unkultur entwickelt, dass viele nur noch vorsitzen wollen, dürfen und können. Somit ist eines der wichtigsten Fähigkeiten abhanden gekommen, dass führen von Unternehmen. Egal was da kommt. Es gehört eben doch mehr dazu, als nur da oben angekommen zu sein. Was ein Glück.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:32

Freitag, 12. Oktober 2007

note werbeagentur münchen - Verbinden statt trennen - Plakat N. 6

note werbeagentur münchen - Verbinden statt trennen - Plakat N. 6Die Gedanken guter Kommuniktaion sollten immer daraum kreisen was die Menschen verbindet, nicht darum was sie trennt. Somit soll gute Kommuniktaion zusammenführen und zusammenbringen, nämlich den Käufer und das Produkt, die Marke und die Zielgruppe....

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:45

Donnerstag, 11. Oktober 2007

note werbeagentur münchen - Ideen statt Einfälle - Plakat Nr. 5

note werbeagentur münchen “Überzeugen statt überreden" Plakat Nr. 5
Nicht die Menge von Werbemitteln- und Maßnahmen führt zum Kommunikationserfolg, sondern die Wirkung. Vor allem wenn es immer mehr Medien gibt, muss man immer mehr auf die Wirkung achten. Denn was man lauter sagt, wird nicht richtiger, sondern nur lauter.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:56

Mittwoch, 10. Oktober 2007

CRM

In vielen mittelständischen Unternehmen hält wieder verstärkt der Gedanke Einzug, in ihre Infrastruktur und damit den Firmenwert zu investieren. Dabei werden derzeit häufig so genannte Management-Systeme für Kundenbeziehungen (neudeutsch CRM) nachgefragt, nachdem in den Jahren zuvor überwiegend in ERP-Software investiert wurde, also in die Ressourcenplanung der Unternehmen, die Warenwirtschaft.Der Boom des Jahrtausendwechsels war schnell verflogen und das Misstrauen der KMU (Klein- und Mittelständischen Unternehmen) war entsprechend groß als Meinungsmacher wie Gartner bereits über 60% der CRM Einführungen als gescheitert bezeichnete.Dabei beruhte diese Meinung letztlich auf dem gleichen Missverständnis wie der Börsenhype der auslaufenden Neunziger: Es war der Glaube in die Technologie, in den Fortschritt, in die unbegrenzten Möglichkeiten der neuen Start Ups. CRM - Systeme wurden von IT - Abteilungen eingeführt, im gut gemeinten Glauben eine gute Software mache aus einem schlechten Vertrieb einen guten Vertrieb. Leider aber heißt das Gegenteil von „gut“ nur „gut gemeint“.Was aber vermutlich allen gescheiterten Einführungen gemein war, war dieser verkehrte Ansatz. Es geht weniger um die Einführung einer CRM - Lösung, es geht überwiegend um die Akzeptanz und Unterstützung durch die Anwender.In Zeiten, in denen Mitarbeiter allerdings als Human Capital, Personal Ressource oder Kostenfaktor begriffen wurden, war die Blickrichtung vermutlich automatisch von oben nach unten gerichtet. Dabei gehört die Projektleitung für dieses Projekt „Einführung einer CRM Software“ aus mehreren Gründen eben nicht automatisch in den Einflussbereich der IT - Abteilungen:Erstens ist Vertriebsteuerung, CRM oder Kundenbeziehungs-Management kein Projekt, sondern die Einleitung eines permanenten Veränderungsprozesses.Damit ist CRM zweitens strategisch gesehen zuallererst eine Funktion der Unternehmensführung. Drittens gehört die Definition der Anforderungen in die Hände der betroffenen Mitarbeiter, also zunächst in den Vertrieb, das Marketing und den Service.Und viertens sind die Ziele, die mit der Einführung erreicht werden sollen, keine technischen, sondern zutiefst menschliche Ziele, nämlich Kundenzufriedenheit, Unternehmensloyalität durch den Kunden sowie Sicherung und Ausbau der Marktanteile und damit des eigenen Überlebens.Also beginnt ein erfolgreicher CRM - Prozess fünftens bei genau dieser Einsicht: Was ist für das jeweilige Unternehmen eigentliche eine gute Kundenbeziehung?Mein Tipp für den Anfang: Eine gute Kundenbeziehung beginnt beispielsweise mit einem Lächeln.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Management Denkanstöße um 07:49

Dienstag, 9. Oktober 2007

Literaturtest

In irgendeiner dieser vielen Quizsendungen gab es einmal eine Frage nach einem Buch, das über seinen ersten Satz zu erkennen sein sollte. Ich wusste die Frage auf Anhieb, was mich freute, aber dann auch mal nachschlagen ließ, ob das denn immer so klar sein würde. Hier eine Auswahl von ersten Sätzen aus der - ich denke - Weltliteratur. Viel Spaß beim Raten:a) Hier im Beginn verlässt Franz Biberkopf das Gefängnis Tegel, in das ihn ein früheres sinnloses Leben geführt hat.b) Im Anfang war das Wort, und das Wort war bei Gott, und Gott war das Wort.c) Die gelben Schlüsselblumen waren verblüht..d) Es war ein klarer, kalter Tag im April, und die Uhren schlugen gerade dreizehn, als Winston Smith, das Kinn an die Brust gepresst, um dem rauen Wind zu entgehen, rasch durch die Glastüren eines der Häuser des Victory-Blocks schlüpfte, wenn auch nicht rasch genug, als dass nicht zugleich mit ihm ein Wirbel griesigen Staubs eingedrungen wäre.e) Als er mit Packen fertig war, wischte er sich den Staub von den Händen und ging hinaus auf die Veranda des dritten Stocks der Kaserne, ein sauber und etwas schmächtig wirkender junger Mann in seiner Sommeruniform, die noch die Frische des frühen Morgens an sich hatte.f) Nennt mich meinethalben Ismael.g) Als Herr Bilbo Beutlin von Beutelsend ankündigte, dass er demnächst zur Feier seines einundelfzigsten Geburtstages ein besonders prächtiges Fest geben wollte, war des Geredes und der Aufregung in Hobbingen kein Ende.h) Mancherlei Abstoßendes in dem, was ich zu erzählen habe, mag durch die Verhältnisse bedingt gewesen sein.i) Ich bin zu York in England im Jahre 1632 als Kind angesehener Leute geboren, die ursprünglich nicht aus jener Gegend stammten.j) Der Sturmwind zerrte an ihm.k) Es waren Robs letzte, ruhige Augenblicke seliger Unwissenheit, doch in seiner Einfalt empfand er es als unbillig, dass er mit seinen Brüdern und seiner Schwester zu Hause bleiben musste.l) Das Atelier war erfüllt vom üppigen Duft der Rosen, und wenn der leichte Sommerwind durch die Bäume des Gartens fuhr, drang durch die offene Tür der schwere Geruch des Flieders oder der zartere Hauch des rosig blühenden Dornenstrauches.Und hier die Auflösung:b) Umberto Eco, Der Name der Rose (1980)h) T.E. Lawrence, Die sieben Säulen der Weisheit (1926)j) James Clavell, Shogun (1975)i) Daniel Defoe, Robinson Crusoe (1856)d) George Orwell, Nineteen Eighty-Four (1948)a) Alfred Döblin, Berlin Alexanderplatz (1965)l) Oscar Wilde, Das Bildnis des Dorian Grey (1890)c) Richard Adams, Watership Down, Unten am Fluß (1972)e) James Jones, Verdammt in alle Ewigkeit (1951)k) Noah Gordon, Der Medicus (1986)f) Hermann Melville, Moby Dick (1851)

Geschrieben von Kai Falkenberg in Weltberühmtes um 07:33

Freitag, 5. Oktober 2007

Bewusst werden

In der Neukundenakquise ist es wie im wirklichen Leben. Ein Single versucht alles, um kein Single zu sein. Dafür gebraucht er verschiedene Strategien. Am Anfang ist er noch gelassen. Der richtige Partner wird schon kommen und auftauchen. Denkt er. Aber es passiert nichts. Also entschließt sich der Single, an Orte zu gehen, an denen vermeintlich viele Singles sind. Denn da scheinen die Chancen größer auf den richtigen Partner zu treffen. Aber hier ist die Konkurrenz besonders groß. Und die Mittel, die eingesetzt werden, sind auch nicht von schlechten Eltern. Es kommen zwar ein paar kurze, flüchtige Begegnungen zustande, aber nicht das, was man sich tief im Inneren erhofft hat. Nun wird der Single langsam nervös. Er beginnt mit der Kaltakquise. Aber auch hier bemerkt er schnell, dass die Erfolgsaussichten nicht rosig, sondern eher schwarz sind. Nun bekommt der Single langsam Panik. Ständig ist er eingeladen auf Hochzeiten - alleine. Und die Eltern werden auch schon ganz unruhig. Nun fallen ihm plötzlich Umstände auf. Verhaltensweisen. Erwartungen. Und Ansprüche. Er beginnt, Verzweiflungstaten zu begehen und stürzt sich in Beziehungen, die zum Scheitern verurteilt sind, bevor sie richtig losgehen. Oder noch schlimmer. Er klammert sich an Beziehungen, die keine sind. Davon abgeschreckt, zieht er sich zurück. Besinnt sich auf sich selbst. Investiert in sich. Plötzlich ist er nicht mehr einsam. Sondern ständig beschäftigt. Mit sich selbst. Er erkennt, dass er seinen eigenen Interessen nachgehen kann. Und entdeckt neue. Anstatt sich ständig auf die Suche zu begeben, nach irgend jemandem, ist er jetzt auf seinem eigenen Weg. Er hört auf, zu akquirieren. Bemerkt dabei aber nicht, dass er gerade anfängt, richtig zu akquirieren. Und zwar in der höchsten Form. Er entwickelt etwas neues – Anziehungskraft. Denn im Umfeld seiner Interessen, seiner Leidenschaften, seiner Qualitäten, seines Charakters, seiner Persönlichkeit tauchen plötzlich Menschen auf, die Gemeinsamkeiten haben. Die ihm Anerkennung zollen. Und die ihn ehrlich bewundern. Die gerne mit ihm kommunizieren und anders herum. Und immer wieder stellt er fest, dass nach allen Treffen und Zusammenkünften immer etwas Wertvolles hängen bleibt. Und wenn es nur ein schöner Gedanke ist. Die Vorfreude auf neue Zusammenkünfte wächst. Und wenn er sich vollkommen frei fühlt. Und vollkommen ausgefüllt. Wenn er sich in seinem Leben so richtig eingerichtet hat. Voller Energie ist und positiver Ausstrahlung. Dann passiert es. Dann ist er da, der Partner. Der eine Richtige. Es nützt also nichts, zu versuchen, etwas darzustellen. Oder etwas vorzugeben. Worte allein reichen nicht aus, zu überzeugen. Alle Äußerlichkeiten verbauen lediglich den Blick in die Person. Parfum vernebelt den Geruch. Coole Sonnenbrillen lassen den so wichtigen Blickkontakt nicht zu. Klamotten verhüllen die Persönlichkeit. Statussymbole lenken ab vom Charakter. So wie im wirklichen Leben. So ist es auch im Geschäft. Wer nach dem richtigen Geschäftspartner sucht, der muss nicht alles unternehmen, um dem möglichen Richtigen zu gefallen. Sondern der muss vor allem sich selbst treu und nahe sein. Denn die Richtigen entdecken die Richtigen, an den richtigen und wesentlichen Merkmalen. Nicht an Äußerlichkeiten, Oberflächlichkeiten und bloßen Worten. Die Richtigen erkennen einen am Handeln. Wer keine Bindung, Verbindung oder Partnerschaft will, für den sind diese unwichtigen Attribute die wichtigsten Werkzeuge. Wer den geschäftlichen One-Night-Stand verfolgt, für den sind diese ganzen Werkzeuge des Scheins sehr wirkungsvoll. Wer aber die Absicht hat, eine Geschäftspartnerschaft einzugehen, der sollte aufhören, sich zu verstellen, sich zu verkleiden, sich in falschem Umfeld in Szene zu setzen. Der kann das alles lassen. Und sich dem zuwenden, was er ohnehin am liebsten macht. Er selbst sein und kein anderer. Nur so kann das entstehen, was man sich erhofft. Nur so. Welche Rolle Empfehlungen dabei spielen? Eine große. Das wissen wir alle. Wie viele Freunde, Partner und Bekannte hat man dadurch gewonnen, weil man empfohlen wurde, oder jemand diese empfohlen hat. Das ist so, wenn man sich weitesgehend unter Menschen befindet, die eine ähnliche Haltung wie man selbst haben.Also, wenn Sie Neukunden wollen. Nicht nur für eine Nacht, sondern für eine längeren Zeitraum, dann seien Sie vor allem Sie selbst. Mit allen Stärken und Schwächen. Verfolgen Sie ihre Interessen. Drücken Sie ihre Haltung aus. Zeigen Sie sich. Damit die Richtigen Sie entdecken können. Und seien Sie nichts, was Sie nicht sind. Das kostet Sie nur Geld, Aufwand, Zeit und führt nicht zum Ziel. Das andere führt zum Ziel und Sie sparen sich eine Menge Geld, Zeit und Aufwand. Es gehört Mut dazu, konsequent man selbst zu sein. Aber wenn man mal auf den richtigen Weg gekommen ist, fällt es einem leichter und leichter. Seien Sie wie ein Maler. Malen Sie keine Bilder, von denen Sie glauben, dass sie Anderen gefallen müssten. Sondern fangen Sie an, Bilder zu malen, die vor allem Ihnen selbst gefallen. Ob man damit Geld verdienen kann? Keine Ahnung. Aber die Frage ist, wollen Sie als Jazzliebhaber als Schlagersänger im Möbelhaus enden, weil man mit Schlager mehr Geld verdient? Oder wollen Sie lieber ihren letzten Auftritt in einem Jazzkeller haben und Sie haben ihr Leben damit verbracht, sich mit Ihrer Musik zu umgeben. Eventuell mit weniger Geld. Viel weniger. Aber Sie haben immer Ihre Musik auf den Lippen gehabt. Oder Ihre Bilder gemalt. Ihr Essen gekocht...Muss man Künstler sein, um sein Leben lieben zu können? Ich glaube nicht. Man muss nur genügend Lebenskünstler sein. Und der vollen Überzeugung, dass es ein absolutes Privileg ist, sein Leben lang das zu tun, was man von Herzen her wirklich tun wollte. Und das es ein verschwendetes Leben sein könnte, wenn man dieses Privileg nicht genutzt hat. Und ein Leben lang wie in einem anderen Körper für falsche Ziele gelebt hat.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:39

Donnerstag, 4. Oktober 2007

Umwelt

Umwelt, nein! Mitwelt.Nicht um, sondern mit sind wir. Das fällt mir doch mitunter ein, wenn ich sehe, wie achtlos Manche mit ihrer Mitwelt umgehen, weil sie ihre Umwelt nicht als ein mit begreifen. Was du nicht wünscht, dass mit dir geschieht, um das kümmern wir uns nicht. Also setzt das Um eine klare Abgrenzung zum ich, das ein Mit nicht zulassen würde. Fangen wir also an, die Dinge wieder richtig zu bezeichnen:Ich mache keine Umfrage; sondern mache bei einer Frage mit, einer Mitfrage.Ich fahre keine Umleitung, sondern die Strasse leitet uns mit sich.Die Umwandlung bringt nichts, wohl aber die Wandlung, die mit mir geschieht. Auch die Umschau bleibt mir fern, nicht aber die Mitschau.Für meine gesunde Mitwelt begebe ich mich auch auf einen kleinen Mitweg.Die Umlage ist fürs Finanzamt, mich interessiert meine Mitlage.So halte ich es auch mit meinem Mitsatz, der bleibt mir. Und auch die Umkleide ist mir zu passiv, wenn ich mich probehalber in dieser engen Mitkleide in einen neuen Anzug zwänge. Scheinbar ist mein Mitfang schon wieder etwas mitfänglicher geworden.In meiner Mitgebung dulde ich auch keine Mitfaller, einfach weil das kein guter Mitgang für mich ist.Obwohl das gesamte Mitfeld der Politik z.B. von eben diesen Mitsturzgedanken beliebter Parteifreunde lebt.Nachdem ich endlich meine Gedanken zur Mitwelt in den Mitlauf gebracht habe, lade ich mich jetzt auf einen letzten Absacker ein, quasi einen Mittrunk. Prost!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Paradigmenwechsel um 11:59

Dienstag, 2. Oktober 2007

pitztal

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 22:43

herbst

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 14:39

Sucht

Es ist unübersehbar, dass Suchtverhalten vor allem an Stellen eskaliert, an denen man von der ersten Welt spricht. Die Vielfalt der Suchtarten ist dort auch wesentlich größer. Und was noch auffällt, ist die Freiwilligkeit und Freimütigkeit, mit der die Meisten in eine Sucht verfallen. Das Angebot und die Alternativen scheinen nicht so reizvoll zu sein wie das Verfolgen und Pflegen einer Sucht. Alkohol, Zigaretten, Essen, Arbeiten, Spielen, Drogen, Konsum und so weiter. Der Fächer der Suchtvarianten wächst vor allem in der Ersten Welt. Ich bezeichne mich selbst als Suchtmensch. Denn auch ich bin ein Produkt dieser Umwelt, der ersten Welt. Somit werde auch ich seit über 40 Jahren in Suchtversuchung gelehrt. Das ist eine Warnung an mich selbst. Mich ständig selbst zu kontrollieren. Suchtverhalten ist für mich irre geleitet Energie. Denn was bei Suchtverhalten beeindruckt ist, welcher Aufwand und welche Energie in die Versorgung der Sucht investiert wird. Aber eben leider destruktiv, anstatt dieselbe Energie konstruktiv zu leiten oder zu nutzen.Wenn man mal die gesamte Zeit, das Kapital, die Manpower, die Energie nähme, die Menschen in der ersten Welt einsetzen, um ihre Sucht zu versorgen. Wenn man das Alles in konstruktive Prozesse umleiten könnte. Nicht in diese Art der Selbst-, Gesellschafts- und Umweltzerstörung. Das wäre ein Wirtschaftsfaktor von unglaublichem Ausmaße. Aber Sucht ist auch ein Wirtschaftfaktor, den man leider nicht vernachlässigen darf. Wenn alle aufhörten, ihre Sucht zu versorgen und das alles umleiteten, dass wäre volkswirtschaftlich gesehen eine Katastrophe. Die Menschen würden noch älter werden. Und damit auch viel mehr. Zudem würde die Pharmaindustrie starke Einbußen haben. Ganze Industrien und Branchen würden abrauchen und baden gehen. Die wichtigsten Sponsoren für den Sport würden weg fallen. Und so weiter und so weiter. Man würde das gesamte System umkrempeln. Wer will das schon? Das meiste Geld wird mit der Sucht verdient. Dann kommt das Geld mit der Angst. Und das Geld mit der Lust. Sucht ist ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor. Das wissen wir alle, wollen es aber nicht offen wahr haben. Vielleicht bildet Sucht sogar die Grundlage für unser Wirtschaftssystem. Ich weiß, wovon ich spreche: Ich bin als Werber nämlich so eine Art Dealer für die Konsumsucht. Als mir das klar wurde, habe ich mich auf leisen Sohlen von den harten Konsumdrogen verabschiedet und versuche es jetzt mit Genussmitteln in Sachen Konsum. Schweres Geschäft. Denn wer will schon genießen, wenn er auf der anderen Seite konsumieren kann, bis der Arzt kommt? Ich. Ist da noch jemand?

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:46

Montag, 1. Oktober 2007

Normen

Alles was wir tun, orientiert sich an unseren Normen. Jeder hat den ganzen Kopf voller Normen. Die entweder erfüllt werden oder auch nicht. Bei Nichterfüllung tritt Enttäuschung ein, bei Erfüllung so etwas wie Zufriedenheit. Also geht es meist nicht um richtig oder falsch sondern darum, welche unserer Nomen erfüllt oder verletzt wurden. Es geht nicht um Lüge oder Wahrheit sondern darum, in welcher Übereinstimmung zu meinem Normen steht die Lüge oder die Wahrheit. Am einfachsten bemerkt man, dass wir uns an unseren Normen entlang hangeln, bei der Moral. Normen sind eine Art Programmierung. Sie entstehen durch das Erlebte. Es gibt Normen, die nehmen wir schon an und auf, wenn wir noch keinen Fuß auf den Planeten gesetzt haben. Sobald wir den ersten Lungenzug Atemluft in uns aufgesogen haben, regnet es unaufhörlich Normen. Von wegen 4 Monate im Jahr, das fängt an mit Dauer-Normen-Regen und hört lange, bis nie mehr auf. Und mit diesen Normen versuchen wir ein für uns ideales, mit den Normen übereinstimmendes Leben zu führen. Somit leben wir ca. 60 Jahre das, was ein paar Jahre zuvor auf unsere Festplatte als Normen gerieselt ist. Kann man Normen überwinden? Verändern? Löschen? Erneuern? Ersetzen? Austauschen? Weglassen? Hinzufügen? Probieren Sie es mal. Es gelingt nur sehr wenigen. Und die bezeichnet man im Allgemeinen als verrückt, irre bis hin zu geistig gestört. Ich würde von mir nie behaupten, dass ich nicht nach meinen Normen lebe. Auch wenn ich diese Zeilen schreibe. Und dass auch mir die Fähigkeit und Bereitschaft fehlt, alle diese Ansprüche an Normen erfüllen zu können. Ganz und gar nicht. Sogar das Gegenteil ist vielmehr der Fall. Ich komme aus meinen Normen nicht raus, wie alle anderen auch.Aber ich versuche, mir das bewusst zu machen, dass es an bestimmten Stellen für mich nicht weiter geht oder nicht weit genug, weil da meine Norm steht. Wichtig an dieser Erkenntnis ist ja auch was ganz anderes, das was meist alles an Argumenten, Behauptungen und Fakten ins Feld geführt wurde. Welche Energie aufgebracht wird, um letztendlich doch wieder an einer Norm abzuprallen. Man kann sich viel ersparen und viel gewinnen, wenn man seine Normen kennt und die des Gegenüber erkennt.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:32

Freitag, 28. September 2007

Zeit

Ich wollte nur daran erinnern, dass wir keine haben. Zeit. Dass es immer die Beste ist. Zeit. Denn wir haben nur eine. Zeit. Es auch immer die Richtige. Zeit. Man kann so viel hin und her reisen in ihr, aber es ist trotzdem immer dieselbe. Zeit. Eine. Zeit. Für viele ist immer die höchste. Zeit. Es fehlt vielen. Zeit. Viele sparen. Zeit. Vergeuden. Zeit. Manche haben mal wieder keine. Zeit. Einige behaupten, davon viel zu viel zu haben. Zeit. Viele wünschen sich. Zeit. Man soll sie sich auch einfach nehmen können. Zeit. Oder sogar jemandem geben können. Zeit. Aber meist ist keine. Zeit. Dabei steht sie nicht. Zeit. Sie rennt nicht. Zeit. Sondern, sie ist immer genau jetzt. Zeit. Jetzt. Zeit. Es gibt keine andere. Zeit.
Foto: Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 08:09

Donnerstag, 27. September 2007

alpen

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 16:22

note werbeagentur münchen - Mit statt gegen - Plakat Nr. 4

note werbeagentur münchen - Mit statt gegen - Plakat Nr. 4Die Zeiten ändern sich. Das "Mit" wird immer wichtiger. Mitdenken, mitmachen, miteinander. Kaum zu glauben, aber wahr. Immer mehr wird man mitgenommen, da mit rein gezogen. Man wird aufgefordert sich mitzuteilen und mitzureden. Die Zeiten von "Befehl und Gehorsam" gehen langsam vorbei. Unübersehbar das viele mit diesem Wandel nicht ganz klar kommen. Jeder Wandel hat Gewinner und Verlierer. Wer für die Zukunft gut aufgestellt sein will, der sollte das “Mit“ mittragen und miterleben wir gut das funktioniert.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 12:54

Kritikfähig

Mir wird nachgesagt ich sei nicht kritikfähig. Dem gesellt sich noch hinzu, ich wäre unbelehrbar, ungeduldig, ungerecht, unberechenbar. Zudem sei ich zu dominant. Ein Egoist. Würde anderen nicht zuhören und diese nicht ausreden lassen. Würde mich über Meinungen anderer einfach hinwegsetzen. Könnte andere Personen neben mir nicht gelten lassen. Dann würde ich Menschen oft beleidigen, wäre wirklich frech. Und meine Aussprache und Formulierungen wären oft unpassend. Größenwahn wäre da noch. Verlust der Realität. Ein schlechter Kaufmann soll ich auch sein, also nicht mit Geld umgehen können. Und das mit meiner Rechtschreibung wäre wirklich unerträglich. Und ob mir dies und vieles andere nicht unangenehm oder sogar peinlich wäre? Meine Ideen wären nicht durchdacht. Oder nicht neu. Oder man kennt diese bereits irgendwo her. Meine Ideen wären zu wage und strategisch zu wenig unterfüttert. Zudem ist meine Performance, also das was der eigentlichen Idee folgt, nicht das Gelbe vom Ei. Ich kenne eigentlich keine Entscheidung in meinem Leben, die ich getroffen habe, die nicht jemand kritisiert hat, außer er hatte einen geldwerten Vorteil davon. Nichts ist wirklich gut genug. Nichts ist vollkommen durchdacht. Für einige bin ich ein Spinner. Vielleicht sogar für viele. Nicht wenige hassen mich geradezu oder können ihre Abneigung mir gegenüber kaum verbergen. Für die bin ich einfach nur ein Affe und ein Idiot. Ach ja großkotzig und arrogant soll ich auch noch sein. Selbstverliebt und rücksichtslos.Vor dem Hintergrund, dass die Kritik an anderen Menschen immer zugleich auch die Reflektion, die Spiegelung seiner selbst ist, habe ich gelernt, damit umzugehen. Der Eifersüchtige, der einem Partner das Leben zur Hölle macht, projektiert seine eigene Bereitschaft fremdzugehen auf die andere Person. Obwohl diese keinen Grund oder Anlass dazu gibt, muss diese sich ständig den Vorwürfen des Fremdgehens aussetzen. Die meisten eifersüchtigen Menschen, die ich im Laufe meines Lebens kennengelernt habe, haben aber selbst nichts anbrennen lassen. Somit wollten diese sich selbst nur vor dem Schmerz schützen, den sie glauben, anderen zuzufügen, wenn es herauskommt. Was es in der Regel tut. Mal ehrlich, ein krankhaft eifersüchtiger Mensch, der einem ständig haltlose Vorwürfe macht und selbst nichts anbrennen lässt, warum sollte es ein Verlust sein, wenn man diesen verliert? Oder was ist die Kritik der Eifersucht wert?Somit bin ich nicht nicht kritikfähig, sondern ich bin dahinter gekommen, dass ein Großteil aller Vorwürfe, die man so an den Kopf geworfen bekommt, einen ganz anderen Hinter- und Beweggrund haben, als es vordergründig den Anschein hat. Der Hintergrund ist oft sehr einfach bis hin zu trivial zu bezeichnen. Es sind in der Regel: Minderwertigkeitskomplexe, Geltungsdrang, Eitelkeit, Neid und Missgunst. Was soll auf einer solchen Kritik gedeihen? Welchen Wert hat eine solche Kritik? Absolut kritikfähig bin ich immer genau dann, wenn ich weiß, dass jemand an der Sache interessiert ist und auch nur genau daran interessiert bleibt. Mit der Zeit lernt man, das zu unterscheiden. Sollte man das lernen. Die Unterscheidung dieser beiden Formen der Kritik bemerkt man sehr schnell, wenn man will und kann. Und man spürt ebenso schnell den Unterschied. Auf der einen Seite geht es weiter, auf der anderen nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:37

Mittwoch, 26. September 2007

note werbeagentur münchen - Ideen statt Einfälle - Plakat N. 3

note werbegentur münchen "Ideen statt Einfälle" Plakat Nr. 3
Jedem Menschen kommen zu jeder Zeit Einfälle zu allen möglichen Themen in den Sinn. Deshalb werden diese oft mit der Qualität von Ideen verwechselt, vor allem wenn sie von oben kommen. Dieser Umstand ist der Misstand und somit oftmals das eigentliche übel. Anstatt man diejenigen fragt, die jeden Tag Ideen haben müssen, müssen Einfälle in die Tat umgesetzt werden. Die sich am Ende keiner ausgedacht hat und für die sich hinterher auch niemand zuständig und verantwortlich fühlt. Somit prüfe die Idee, ob diese eventuell nur ein Einfall ist.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:31

Dienstag, 25. September 2007

note werbeagentur münchen - Können statt kennen - Plakat Nr. 2

note werbeagentur münchen “Können statt kennen" Plakat Nr. 2In einer Welt des Halbwissens stehen Behauptung, Bedenken und die Vermutung höher im Kurs als das eigentliche "Können". Da ist es gut, wenn man sich auf jemanden verlassen kann, der nicht behauptet, alles zu können, sondern das, was er sagt, auch wirklich kann. Hier gilt einmal mehr, dass weniger mehr ist. Auch in solchen Zeiten.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:42

Montag, 24. September 2007

note werbeagentur münchen - Sinn statt Vernunft - Plakat N. 1

note werbeagentur münchen - sinn statt vernunft - plakat 1Immer wieder sich selbst die richtigen Fragen stellen und Antworten suchen. Auch wenn es unbequem ist. Wer aufhört den Sinn dessen was er macht in Frage zu stellen, der muss sich schon bald unangenehme Fragen stellen lassen. Somit lässt sich auf Dauer sicher nicht alles mit purer Vernunft erklären, dass ist nur der halbe Weg. Und klingt eher wie Ausreden.

Geschrieben von Christof Hintze in note werbeagentur Plakat-Serie um 07:09

Sonntag, 23. September 2007

dolomiten

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 15:54

Freitag, 21. September 2007

Empfangsstörung

Ein Paradigma wird gemeinhin mit Beispiel oder Muster übersetzt. Für mich schwingt auch immer der Begriff „Rolle“ oder „Rollenverhalten“ mit. Ein schönes Beispiel für verändertes Rollenverhalten lieferten mir in den vergangenen Wochen die Münchner S- und U-Bahnen.Als ich vor Sommerferienbeginn mit der S 1 heimfuhr, fiel mir in dem herrschenden Lärm auf, dass von den guten zwei Dutzend überwiegend jugendlicher Fahrgäste alle ohne Ausnahme entweder Kopfhörer im oder Handy am Ohr hatten. Ein akustischer, gleichwohl unsichtbarer Kokon umschloss quasi jeden Heranwachsenden. Wie war das denn damals bei uns, fragte ich mich? Es gab noch keine Handys oder MP3-Player. Ein Computer hatte noch die Ausmaße eines Kühlschranks und wurde von grauen Männern in weißen Kitteln bedient. Fernsehen hatten nur einige wohlhabende Familien in der Straße mit der aufregenden Auswahl zweier Programme. Ein Zeitvertreib für erwachsene Stubenhocker war das.Nein, wir Kinder und Jugendliche haben uns während der Busfahrt direkt mit unseren Freunden unterhalten, getobt würde man heute sagen. Wir nahmen Songs aus der Hitparade aus dem Radio übers Mikrofon aufs Tonband auf und hofften, dass der Moderator nicht zu früh reinquatschte oder die Mutter ins Zimmer kam. Wir radelten zum Schwimmen an den See, spielten Fußball auf dem angrenzenden Bolzplatz und feierten Partys mit Flaschendrehen im ausgebauten Keller. Kurzum: Wir brauchten weder Strom noch Geld. - Eine grauenhafte Zielgruppe für die werbetreibende Wirtschaft. Als ich in den Sommerferien ein paar Wochen später wieder mit der S 1 nach Hause fuhr, bot sich mir ein gänzlich anderes Bild und die Akustik eines Münchner Museums am Mittwochvormittag. Etwa 20 Fahrgäste saßen mit mir im Abteil. Alle jenseits der 25 und bis auf zwei Damen, die sich unterhielten, lasen alle. Die meisten in einem Buch, einige in einer Tageszeitung. Während wir, also das gute Mittelalter, offensichtlich überwiegend optisch geprägt sind, scheint die nachwachsende Generation zum Großteil akustisch orientiert. Das hat natürlich deutliche Auswirkungen auf die Informationsaufnahme und -verarbeitung.Was mir zu denken gab, ist die offensichtliche akustische Abschottung von der Umwelt, die ich lieber als Mitwelt bezeichnen würde. So verkabelt, lebt jeder nachweislich in seiner eigenen Welt, ohne die Umgebung explizit wahrzunehmen. Der Egoismus verankert sich bei einer so aufwachsenden Jugend gleichsam automatisch System immanent. Wie sollte auch jemand, der sich gerade über Kopfhörer eine volle Dröhnung von Linkin’ Park gibt, die noch fünf Meter weiter als unangenehmes Geräusch, das an eine Müllpresse erinnert, wahr genommen werden kann, aufmerksam werden, seinen Sitzplatz vielleicht der alten Dame anbieten, die gerade mühsam humpelnd an ihm vorbei ächzt?Umfassende Untersuchungen bei Autofahrern haben vor dem Handyverbot im Auto nämlich ergeben, dass Autofahrer während sie mit dem Handy telefonieren, die gleichen Symptome zeigen wie unter einem Alkoholeinfluss von etwa 1,2 Promille. Das menschliche Gehirn ist einfach noch nicht in der Lage, während es auf dem akustischen Kanal gefordert wird, gleichzeitig den optischen Kanal störungsfrei zu bedienen.In der Psychologie spricht man hier von „selektiver Wahrnehmung“. Es gilt also normaler- und ausnahmsweise „ent- oder weder“, nicht „sowohl-als auch“. Das ist zwar schade, aber nicht zu ändern. Wenn Sie also das nächste Mal in der U-Bahn einen „simsenden“ Jugendlichen ansprechen, ob er seine Boots freundlicherweise von ihrem Sitz nehmen könne und der sie lediglich etwas belämmert anstarrt, ist der nicht zugedröhnt. Er empfängt und sendet gerade nur auf einem anderen Kanal.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Paradigmenwechsel um 07:16

Mittwoch, 19. September 2007

IAA 2007 - Das Sondermodell Controlling One

Wir sparen an allem. Der Kunde wird das schon verstehen. Endlich mal ein Auto im Budget. Für UVP von 39.900 €. Die Händler lieben es schon jetzt. Bei einem Einführungsrabatt von 9.900 €. Leasingrate 0€. Anzahlung 199 €. Laufzeit - Schaun mer mal. Marke?! Scheiß auf die Marke, die kann man sich selbst aussuchen, Logo Aufpreis 1€ für alle Marken. So sehen Autos aus, wenn Controlling und Unternehmensberater ein Wörtchen mitzureden haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:58

Unter Druck

Unter Druck gerät man nicht, man begibt sich unter Druck. Denn der Druck entsteht von außen und wirkt nach innen. Man könnte theoretisch ausweichen, aber man macht es nicht. Das ist wie mit einem Frosch, den man in einen Topf mit kaltem Wasser setzt und dann die Heizplatte aufdreht. Es wird langsam wärmer, so langsam, dass er sterben wird. Er empfindet die steigende Hitze nicht als lebensbedrohlich. So ähnlich verhält es sich mit uns. Wäre das Wasser heiß, würden wir sofort ausweichen. Aber der Druck, den wir empfinden, wenn wir welchen empfinden, ist der, den wir selbst zulassen. Und den wir dann ertragen müssen, bis hin zum nicht mehr aushalten können. Unklarheiten. Inkonsequenz. Schlecht organisiert. Unverhältnismäßigkeiten. Anspruchsdenken. Ständiges bewerten. Hoffen. Nicht hinsehen. Nur glauben. Sich entziehen. Nicht verantwortlich zeigen. Unregelmäßig. Nicht konstant. Nicht machen. Schlechte Kommunikation. Fehlende Anerkennung. Und viele Gründe mehr, führen schleichend dazu, dass der Druck steigt und steigt. Ablenkung. Ich weiß, wovon ich rede. Denn ich gerate in Zyklen immer wieder in diese Situation, großen selbstempfundenen Druck ertragen, aushalten und abbauen zu müssen. Unter diesem Druck macht man dann auch noch Kardinalfehler. Man verliert. Man beschuldigt diejenigen, die man dafür gerne verantwortlich machen würde. Aber die verstehen nur Bahnhof. Der Druck entlädt sich auf einmal und trifft dabei die Falschen. Man selbst darf den Druck eigentlich erst gar nicht entstehen lassen. Dafür muss man wissen, was man kann und will. Und was andere können und wollen. Und man muss sich eine Konstellation wählen, die dafür Sorge trägt, dass dieser negative Druck in einem nicht steigen kann. Warnsysteme einführen. Kontrollinstanzen. Damit das System, das man sich schafft, diesen entstehenden Druck schon im Ansatz verhindert. Man selbst schützt im Gegenzug andere dafür mit seinen eigenen Stärken, Fähigkeiten und der dafür notwendigen Bereitschaft. Das wäre der Deal. Der aber nicht, selten oder nicht immer gelingt. Dieses Ungleichgewicht in mir gilt es zu bekämpfen. Somit sollte man sich die besten Voraussetzungen schaffen, eine für sich selbst optimale Arbeits- und Lebensqualität umsetzen zu können. Aber das ist leichter gesagt als getan. Wenn da nicht dieser unglaubliche Druck wäre, könnte man einfacher einen klaren Gedanken fassen. Unter Druck leidet alles. Und zwar negativ. Aber was nützt einem das große Wissen, wenn man es nicht umsetzen kann? Nichts. Aber es macht zumindest Hoffnung, dass es sich eines Tages doch so ergibt. Wenn ich doch nur so handeln könnte, wie ich denke.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 14:05

Heiligkuh

Neulich erzählt mir jemand, den ich gar nicht kenne und den ich jetzt sicher auch nicht mehr kennen lernen möchte, ohne jeden Anlass welches Auto er fährt. Was soll mir das sagen? Dass Mercedes schon seit längerem anachronistische Autos baut? Dass über 90% der so genanten Status Marken (Audi, BMW, Mercedes) nicht nur geleast, sondern genau so häufig auch vom Staat subventioniert sind? Dass es ärgerlich ist, dass er impotent wird und einen Ausgleich sucht? Dass er auf der Suche nach einer 20 Jahre jüngeren Freundin ist?Waren Sie kürzlich mal wieder im Auto auf einer deutschen Autobahn unterwegs? Zwei Fahrspuren, rechts eine recht kontinuierliche LKW-Schlange, links ein etwas schneller dahinbrausender PKW Strom, der hin und wieder einige hundert Meter Lücke aufweist, Je nachdem wie oft ein überholender LKW Schneisen in den PKW Strom geschlagen hat.Jetzt löst sich von rechts ein blinkender PKW aus dem Windschatten eines LKW und reiht sich links ein, als von ziemlich weit hinten eine schwere Limousine mit aufblitzender Lichthupe heran jagt. Obwohl die Geschwindigkeit sowieso in etwa 200 Metern hätte verringern werden müssen, fährt er dem Vordermann bei 130 km/h fast in den Kofferraum, gestikuliert und schimpft, um seinen Unmut darüber zum Ausdruck zu bringen, dass jemand die linke - seine - Spur blockiert. Ein typischer, würdiger Vertreter des

deutschen Autofahrer - Habitus.Unweit meiner Wohnung gibt es eine kleine Schrebergartenanlage, idyllisch an einem Naturschutzgebiet gelegen, gleichwohl mitten in der Stadt. Diese Anlage wird durch eine schmale Anliegerstraße erschlossen, die an beiden Zufahrten mit dem Schild „Durchfahrt für Autos und Motorräder verboten. Anlieger frei, 30 km, Fußgänger auf der Fahrbahn“ versehen ist. Nebenbei bemerkt, ein typisches, deutsches, politisches Bürokratenschild. Nicht ja, nicht nein! Von der Anliegerstraße jedenfalls zweigt bei der einen Zufahrt ein kleiner Rundkurs ab, der am anderen Ende wieder auf diese Straße trifft. Auch dieser Rundkurs wurde neulich zusätzlich beschildert, weil die Bürokraten ihren eigenen Schildern nicht trauen können. Weiß auf Blau steht jetzt da: „Fahrrad- und Fußgängerstraße.“Schon immer ist dieser Rundkurs ein beliebter Parcours für Spaziergänger, Jogger, Kinder, die Fahrrad fahren oder Rollerskating lernen und Hunde-Ausführer. Leider ist die Anliegerstraße aber auch Abkürzung und Schleichweg für einige Anwohner umliegender Stadtteile. Wenn diese Don Quichottes der Anwohner mit 40 bis 50 km/h durch das schmale Sträßchen brettern, hält sie keine Windmühle und kein Verbotsschild auf. Keine Mutter mit Kinderwagen lässt sie ihre Natur gegebene Geschwindigkeit verringern noch eine Gruppe älterer „Nordic-Walkerinnen“. Was machen diese Wachteln auf meiner Straße? Haarscharf schießen sie an den völlig überflüssigen Hindernissen vorbei, höchst ungehalten über den knappen Platz, den diese Wegelagerer ihren Boliden übriglassen.Doch neulich gewann ich eine Erkenntnis. Die schmale Anliegerstraße war auf etwa hundert Meter aufgerissen und der blanke Schotter lag auf der Piste. Plötzlich bremsten unsere Helden auf Schrittgeschwindigkeit herunter. Die Angst vor Kratzer im Lack waren offensichtlich deutlich größer als die Bedenken, die Blutspuren einiger umgefahrener Schulkinder entfernen zu müssen. Wir brauchen keine Schilder, wir brauchen Schotter! Ist ja auch viel billiger.Und noch eine Erkenntnis habe ich gewonnen und setze sie täglich um: Egal ob ich als Fußgänger, Radfahrer oder mit dem Auto unterwegs bin. Die Wege anderer Verkehrsteilnehmer respektiere ich noch deutlicher und räume anderen, wo immer es möglich ist, ganz bewusst Vorrang ein. Derjenige, den ich mit freundlicher Geste aus der Einfahrt einfädeln lasse, fährt heute vielleicht keinen Radfahrer mehr um, nur weil der ihm vielleicht die Vorfahrt nahm.Zu drastisch? Fahren Sie mal wieder mit nur 130 km/h auf der linken Spur einer deutschen Autobahn. Oder gehen Sie mit mir zum Joggen.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Wilde Thesen um 07:45

Dienstag, 18. September 2007

Die Welt da draußen

Wir schauen viel zu viel in Kisten. In kleine und größere Kisten. Entweder wird auf Handys geschaut. Oder auf die Uhr. Oder auf den Monitor. Oder ganz schlimm - in den Fernseher. Viele Menschen sehen die Welt nur noch in Kisten, und das drumherum gehört nicht mehr zur Wirklichkeit. Die neue Wirklichkeit ist die der Kisten. Somit erleben viele nicht mehr die echte Wirklichkeit, sondern nur noch die in Kisten verpackte. Das merkt man. Dabei ist die Welt da draußen die echte Wirklichkeit, nur das begreifen immer weniger. Somit gleiten viele ab in eine zweite Wirklichkeit und das Bild der ersten Wirklichkeit wird immer verschwommener. Ich glaube, viele Menschen haben ein größeres Problem, wenn der Fernseher, der Computer oder das Handy kaputt geht, als wenn ein naher Verwandter stirbt. Es wird immer absurder, wie sehr Menschen die Nähe zur Technik und der damit verbundenen zweiten Wirklichkeit mehr suchen, als die Nähe zu echten Menschen in der ersten Wirklichkeit. Ich finde das bedrohlich, denn die höchste Form der Kommunikation ist die von Mensch zu Mensch. Leibhaftig. Alles andere sind minderwertige Kommunikationsformen und ersetzen nie die erlebte Kommunikation von Angesicht zu Angesicht. Mir scheint es so, dass viele Menschen die zweite Wirklichkeit mehr schätzen gelernt haben als die erste. Sie ist bequemer. Man muss sich nur noch zwischen Kisten, Toilette, Küche und Bett bewegen. Man lebt auf seiner selbsterschaffenen Insel der Glückseligkeit. Die virtuelle Welt verleitet dazu, das eigentliche Erleben immer mehr zu vernachlässigen. Dabei sollte jeder Mensch, jede Woche einige wichtige reale Dinge erleben: Im Cafe sitzen und Menschen beobachten. Einen Spaziergang machen. Einen Freund treffen. Einmal mit der U-Bahn fahren. Durch den Hauptbahnhof gehen. Einen regulären Parklatz in der Innenstadt suchen. Mal 30 Minuten vor dem Arbeitsamt stehen und 30 Minuten neben einem teuren Juwelier. Einmal durch McDonald schlendern und einmal über einen Wochenmarkt. Jede Woche einen echten Brief oder eine Postkarte schreiben. Die Armbanduhr für einen Tag ablegen.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:39

Montag, 17. September 2007

Immunisierung

Sind Werber blöd? Ich denke nicht. Aber vielleicht ihre Kunden? Die wohl auch nicht, muss ich ehrlich sagen. Nur, warum ist Werbung inzwischen auf einem Niveau angekommen, das selbst einen beliebigen Kaufsüchtigen nicht mehr zum Konsum inspiriert?Wenn ich morgens zwischen Bad, Schreibtisch und Küche umherpendele, schalte ich mein Küchenradio an, um mit guter Musik in den Tag zu starten und etwas Nachrichten mitzubekommen. Setzt allerdings das Geschrei der Werbeblocks ein, sprinte ich zum Ausknopf, so furchtbar ist das Gedöns der Reklamespots. Ein einzelner Spot, vielleicht, wäre noch anhörbar. Nicht aber mehrere hintereinander. Ehrlich, neulich habe ich es versucht: Ich wollte mir den kompletten Reklameblock geben. Nach dem dritten Spot bekam ich Ohrensausen, beim Vierten musste ich abschalten. Ja, kopiert ihr denn alle nur noch? Und davon das Schlechteste? Was soll denn jemanden zum Kauf motivieren, wenn jeder seit Jahren nur noch seine Prozente herausschreit? 30, 50, 70 Prozent. Wen interessiert das denn noch? Aussagen werden, wenn sie geschrieen werden, nicht glaubwürdiger, nur lauter.Ist das diese Abwärtsspirale, deren Eigendynamik, die mit dem unsäglichen Geiz-ist-geil-Terror eingeläutet wurde, nun nicht mehr zu verlassen ist? Deren Weg zwar direkt in die Insolvenz führt, weil ich den Verbraucher konditioniert habe, nur noch nach dem Preisreflex zu schnappen? Die Schuldfrage allerdings bei der Globalisierung vermutet wird? Wer schaut denn noch einen Werbeblock im TV an? Mal ehrlich. Wenn bei mir der Fernseher läuft, ist mein wichtigstes Instrument die Fernbedienung. Kommt ein Reklameblock, ist der Ton augenblicklich off und ich weg. Endlich Zeit, um etwas aufzuarbeiten, zu Telefonieren, in Küche oder Bad zu gehen, zu lesen, kurzum: Fernsehen ohne Werbeunterbrechungen finde ich inzwischen unerträglich.Wenn ich am Sonntagvormittag etwas aufarbeite, wozu ich die Woche über nicht kam, schalte ich von 11:00 bis 13:00 den Fernseher ein. Es gibt eine lustige Plauderrunde rund um die Fußball Bundesliga. In diesen zwei Stunden gibt es gefühlte sechs bis acht Werbeblöcke von jeweils rund sieben Minuten, die ein Werbepausenansager einleitet. Wenn Wonti spricht, ist der Ton augenblicklich aus. Setzt das große Werben ein, bin ich geistig total fokussiert und alles, was zuvor vielleicht blockierte, fließt plötzlich, Dank des Zeitrahmens den der Reklameblock vorgibt.Zwei- dreimal im Jahr kaufe ich mir die Bild am Sonntag, um den Sportteil zu lesen und zu schauen, was so los ist in der Welt. Als ich die Ausgabe von vor ein paar Wochen aufblättere, springt mich als erstes eine grellrote Doppelseite Werbung an! Von wem? Habe ich vor Schreck vergessen. Aber umgeblättert habe ich in Rekordzeit von 0,02 Sekunden.Ins Kino gehe ich inzwischen immer eine halbe Stunde nach Beginn der Vorstellung. In der Regel laufen dann nur noch wenige Werbespots an mir vorbei, die ich inzwischen komplett ausblenden kann.Das Prinzip heißt Immunisierung. Ein Reiz wird so lange gesetzt, bis er nicht mehr wahrgenommen wird, also unter den Wahrnehmungshorizont rutscht. Tennis wurde so nach dem Hype um Becker/Graf zu Tode gesendet. Auch die Angsttherapie bedient sich der Immunisierung. Warum allerdings ausgerechnet die werbetreibende Wirtschaft ihre möglichen Kunden immunisiert hat? Ich habe da so eine Vermutung. Ich nenne sie „den Mc-Berger-Effekt“. (Fortsetzung folgt)

Geschrieben von Kai Falkenberg in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 11:41

Eine bayrische Wiese wäre ich gerne

Heute dachte ich so bei mir, ich wäre auch gerne eine bayrische Wiese. Wenn ich diese so betrachte, wie sie geschmeidig daliegt. Mit einer Ruhe und Geduld beseelt, dass ich nur neidisch werden kann. Ein Platz an der Sonne, wenn diese sich von ihrer Sonnenseite präsentiert. Und auf der Wiese ist die geordnete Hölle los. Die Regenwürmer kitzeln mich. Die Maulwürfe kratzen mich. Der Duft der Wiese und der Blumen umgibt mich.Ein Windhauch zieht über mich weg. Und immer an der frischen Luft. Die Jahreszeiten fest im Blick. Musikalisch untermalt von den wohl größten Musikern unserer Zeit, den Bienen, den Zirpen und Grillen und was da noch alles so wunderbare Laute von sich gibt.Vom Bauern immer gut gepflegt. Mal bekomme ich Besuch von den Kühen, den Ziegen oder den Schafen. Hier und da lassen sich Menschen nieder und machen Pause oder ein Picknick. Und ich lebe ewig, in welcher Form auch immer. Als bayrische Bergwiese überlebe ich so gut wie alles. Weit genug weg von der sogenannten Zivilisation, nah am Berg umsäumt von guten Bekannten den Bäumen. Eventuell fließt sogar noch ein Gebirgsbach durch mich hindurch, ein zusätzlicher Quell voller Energie. So als Gebirgswiese in Bayern wäre das Leben ein wahrer Traum. Man könnte morgens einfach liegen bleiben. So früh zu Bett gehen, wie man will. Man hat einen wunderbaren Überblick, Sonnenuntergänge in allen Facetten und -aufgänge ebenso. Man begrüßt die ersten Schneeflocken und wird sanft bedeckt in den Winterschlaf verabschiedet. Und im Frühjahr kann man gut ausgeruht seine ganze Energie entfalten. Eine Wiese müsste man sein. Eine grüne Wiese in Bayern am Berg. Eventuell mit Blick auf einen See. Einen dieser Zwiebeltürme. Wunderbar.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 11:41

Mittwoch, 12. September 2007

Was war zuerst da, die Idee oder die Strategie?

Wenn ich auf die lange Zeit zurück blicke, in der ich in Sachen Werbung unterwegs bin und die unglaubliche Summe von Präsentationen, in denen noch mehr Ideen zum Vorschein kamen - Wahnsinn. Da kommt echt was zusammen. Im Laufe der Zeit hat sich das “Machen“ verändert. Am Anfang saß ich ganz brav da und wartete, bis ein Briefing über mich ausgeschüttet wurde, das voller Vorgaben war. Vorgaben, die es alle einzuhalten galt, Punkt für Punkt, sonst gab es Ärger mit den Kundenberatern.Aber es ergab sich, dass die Briefings oft erheblich neben der Kundenspur lagen und ich als Kreativer immer und immer wieder ran musste. Bis es sich eines Tages so ergab, dass ich langsam die Fähigkeit entwickelte, machen zu können "Was der Kunde wirklich will". Diese Fähigkeit entsprang eher meiner Faulheit und weil ich es gar nicht abkann, vor dem Kunden immer wie ein Depp zu stehen, der die Aufgabe nicht versteht. Denn am Ende haben die Kreativen wieder das Briefing nicht verstanden. Und müssen jedes Mal wieder und wieder ran.Deshalb setzte ich mich langsam an den Kundenberatern vorbei über das Briefing hinweg. Und von da an klappte es wunderbar mit den Kunden. Diese Fähigkeit habe ich im Laufe der Zeit weiter und weiter ausgebaut. Es war eine gute Idee von mir und es war eine noch schönere Zeit mit den Kunden. Denn die waren meist Berater-Free und hatten mich lieber gleich mit am Tisch. Dieser Umstand wurde dadurch begünstigt, dass der Kunde sich so das aufwendige schriftliche Briefing ersparen konnte. Denn mein Kopf hatte genügend Kapazität, um diese Informationen umgehend speichern zu können.Das Schöne dabei: Die erste und meist beste Idee kam mir unmittelbar schon nach dem Briefing, meist im Auto auf der Rückfahrt. So kam ich - nun angekommen schon in meiner ersten eigenen Agentur – nicht nur von einem Job zurück, sondern gleich auch mit der Idee. Damals war ich noch höflich und habe die Idee ausführlich und breit auf Pappen kleben lassen und dicke Booklets dazu verfasst oder verfassen lassen. Aber auch das habe ich meinen Kunden im Laufe der Zeit erspart. So kam es immer häufiger vor, dass ich eine Idee oder ein Konzept gleich am Tisch machte. Oder dem Kunden ein bis drei Tage später die Ideen ins Haus flatterten. Im Laufe der Zeit habe ich den Aufwand immer weiter und weiter zurückgefahren, um die Qualität der Idee mehr und mehr in den Vordergrund stellen zu können.Doch dann kam der Umschwung. Plötzlich kamen diese Fragen. Fragen nach allem Möglichen. Zuvor war noch alles klar, aber jetzt herrschte plötzlich nur noch völlige Unklarheit. Fragen über Fragen. Test. Prüfungen. Beratungen. Auswertungen. Plötzlich war die gute Zeit, Aufgabe – Lösung – Freigabe - Umsetzung, vorbei. Einfach vorbei. Es gab nichts, wonach plötzlich nicht auch noch gefragt wurde. Es gab nichts, was nicht auch noch verändert wurde. Und es gab keinen Preis mehr, der nicht auch noch gedrückt wurde. Alles war offen. Nichts mehr planbar. Konkret war vorbei. Alles, was vorher Hand und Fuß hatte, war jetzt in der Schwebe. Meine Welt stand plötzlich Kopf. Diese Mengen von Begründungen, die es zu liefern galt. Diese Menge von Argumenten, die man auffahren musste, diese Mengen von Entgegenkommen und Zugeständnissen. Nichts war mehr gut, geschweige denn gut genug. Plötzlich stellte sich die Frage nach der Strategie. Aber nicht die eigentliche, die man erwarten darf, sondern die Art von Fragen, die man nicht beantworten kann, weil sie so banal sind, dass ich bis heute nach dem tieferen Sinn dieser Fragen suche. Und mich nicht traue, sie so zu beantworten, wie sie auf der Hand liegen. Meine ehrliche Irritation, die mich diese dümmlichen Strategiefragen nicht beantworten lässt, vergrößert das Problem – rasant. Am Anfang dachte ich noch, es wäre nur eine vorübergehende Erscheinung. Doch ich gebe zu, ich habe mich geirrt und zwar gewaltig. Es geht immer weniger um die Idee, sondern immer mehr um die vermeintliche Strategie. Obwohl dabei nicht die Strategie gemeint ist, von der man ausgehen würde. Es geht letztlich nur um Geld, man nennt es lediglich Strategie. Es hat mit dem im Studium Erlerntem oder was man im Laufe der Zeit so lernt, nichts zu tun. Gar nichts.So denkt der Laie, der Kunde will erst eine brillante Strategie und auf dieser baut dann die ebenso brillante Idee auf. Nein, er will nur Gewissheit, ob er überhaupt Geld ausgeben soll. Und dann Gewissheit, wenn schon, dann so wenig wie möglich. So erschrickt der gemeine Kunde, wenn er heute Idee oder Konzept hört, weil er damit unmittelbar Kosten verbindet. Sagt man aber Strategie, dann ist er beruhigt. Weil er weiß, es wird nichts passieren und es wird fast nichts kosten. Das beruhigt ungemein.In 80% aller Fälle von damals bis heute, wurde die Strategie immer hinterher, auf die schon bestehende Idee angepasst. Aber in 20% der Fälle entsprang einer Strategie die Idee. Denn die innewohnende Plausibilität, dazu eine Portion gesammelter Erkenntnisse, Wissen, Intelligenz und große Lust am Gestalten, reichen in der Regel aus für die Dinge, die es zu bewegen gilt: Mehr verkaufen. Bekannter werden. Oder mehr verkaufen und bekannter werden. Die paar Varianten, die sich dieser Primärinteressen noch hinzugesellen, bekommt man mit dem bloßen Sachverstand ganz gut bis besser in den Griff.Also, wer eine Strategie braucht, will kein Geld ausgeben. Wer eine Idee braucht, will seine Strategie umsetzen. So einfach ist das. Aber ich kann mich auch irren. Denn da draußen laufen ganze Heerscharen von Beratern mit den brillanten Strategien herum, die Kunden gerne hören. Sehr gerne. Lieber als meine Ideen. Sie wissen schon, wegen des Geldes. Also, sparen Sie noch mit Strategien oder investieren Sie schon mit Ideen in ihren Erfolg? Würde mich interessieren.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 16:08

Dienstag, 11. September 2007

Recht

Wer hat Recht? Was ist Recht? Wer will Recht? Wer kann nicht so recht? Wer darf nicht so recht? Wer muss mal recht bald? Mein Recht. Dein Recht. Recht ist für alle da.Recht ist das, was man selbst als Recht empfindet. Aber ist das Recht? Das Recht wird eingeräumt. Man kann jemandem Recht geben. Oder das Recht auch nehmen. Ein Recht. Sein Recht. Mein Recht. Das Recht. Die Rechte. Der Rechte. Das Recht. Man kann das Recht sogar beugen. Oder erzwingen. Warum ist es so wichtig, Recht zu haben? Wenn das Recht so subjektiv ist wie die eigene Wahrheit? Wenn man jedem einfach Recht geben würde, wäre das Leben recht einfach. Wenn man immer auf sein Recht pocht, dann wird es ein recht schweres Leben. Das Recht verändert sich. Wie die Moral. Und die Wahrheit. Recht ist das, was man dafür hält. Es gibt nicht ein Recht. Sondern unendlich viele Rechte.Rechthaberisch. Das eigene Recht durchsetzen. Auf das eigene Recht pochen. Was hat es an sich mit dem Recht. Warum wollen alle Recht haben? Was macht man mit dem Recht? Wohin mit dem Recht, das man erhalten hat? Kann man Recht behalten? Oder Recht haben?Okay, du hast Recht. Nein, ich habe Recht. Du hast niemals Recht. Da gebe ich dir Recht. Diese Sache mit dem Recht, kann ich nicht so recht verstehen. Nicht recht glauben. Diese Anstrengungen, der Kampf um das eigene Recht, vernebeln den Blick auf das wirkliche Unrecht. Wer nur mit sich selbst beschäftigt ist, verliert den Blick für das, was wirklich passiert. Denke ich. Aber ich kann auch Unrecht haben.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 14:24

Donnerstag, 6. September 2007

Ein großes und ein kleines Hotel (Hansgeschichten)

Der Himmel hatte die Farbe des Sees, und die Berge hatten die Farbe des Sees, und der Hafen war in ein bleigraues Licht getaucht. Hans hatte am Fenster gestanden und über ein Meer von roten und braunen Dächern zum See geblickt. Die Kirchturmuhr hatte neun Uhr geschlagen. Fenster, die weit offen standen, ließen den Tag hinein und die Nacht hinaus. Nach dem Duschen waren sie hinunter in den Hof gegangen. Der Hof hatte die Farbe des Südens. Über dem Hof war der Himmel blau, und in dem Himmel über dem Hof sahen sie die Mauersegler fliegen.
Nach dem Frühstück gingen sie die Gasse entlang. Ladenbesitzer kamen und sperrten ihre Geschäfte auf. Das war der Morgen.

Am Mittag hatte sich der Nebel verzogen und in der Sonne war es nun schon fast zu heiß. In den schattigen Gassen war es kühl und vom See streifte ein leiser Wind den Berg hinauf und schmeichelte angenehm auf der Haut. Hans ging zum See hinunter. Das große Hotel musste direkt am See stehen. Hans hatte nichts, als ein paar Bilder im Kopf: alte Fotografien zeigten ein imposantes Bauwerk, das wie ein gestrandetes Kreuzfahrt-Schiff auf einem inselartigen Hügel lag. Von da aus machte sich ein Garten breit, der bis zu einer Uferpromenade reichte. Aus der Erinnerung waren jetzt auch die Menschen zu sehen, die die Uferpromenade entlang schritten, die von kleinen und großen Palmen bestanden war. Die Damen trugen lange Kleider und kleine Schirme zum Schutz vor der Sonne. Die Herren trugen steife schwarze Hüte und grüßten die entgegenkommenden Paare, indem sie den Hut lüfteten. Hans schaute nach links und nach rechts. Er war sich nicht sicher, wo er suchen sollte. Er sah aber aus der Entfernung eine Art Hügel, auf dem ein Haus gestanden haben konnte. Er erkannte eine Uferpromenade, die etwas in den See hinaus gebaut worden war und auf der kleine und große Palmen standen. Er hatte sich den Platz viel größer vorgestellt. Aber sogar die alte Tabakfabrik, die nur wenig dahinter am Seeufer zu sehen war, war sicher größer gewesen, als das große Hotel, das jetzt nicht mehr da war.

Am Abend hatten sie die Terrasse ihres kleinen Hotels ganz für sich. Es war jetzt zehn Uhr. Hans hatte die Glockenschläge der Kirchturmuhr gezählt. Der Wirt brachte Cappuccino und Grappa. Leute kamen die Gasse herauf und herunter und plauderten und lachten. Im Ristorante gegenüber sang einer, der zum Singen bestellt worden war, das Lied von Zucchero, dass sie gerade immer im Radio spielten. Die rothaarige Bedienung räumte die Tische ab, die um sie herum standen. Auf den Tischen lagen weiße Tischdecken und auf einem Tisch stand eine Vase mit weißen und orangefarbenen Schwertlilien, die einen schweren Duft verströmten. Die Luft war angenehm abgekühlt und lag wie kühle Seide auf der Haut. Die Küche hatte bereits geschlossen. Die Rothaarige war klein und flink und als sie die Teller, Gläser und Bestecke einsammelte, sang sie eine Melodie dazu. Der Wirt, der den Jazz liebte, drehte die Musik lauter und eine schwarze Stimme sang einen Blues. Jeder, der die Gasse entlang kam, schaute herüber. Später spielte gegenüber im Ristorante eine Trompete ein schnelles Stück. Der Sänger, der den Song von Zucchero nachgesungen hatte, machte eine Pause, denn eine Zeit lang war jetzt das schnelle Trompetenstück zu hören. Dann hatte Viktor, der junge Koch, an einem Tisch im Inneren des kleinen Hotels Platz genommen. Er schrieb einen Text mit zwei Fingern auf einer elektrischen Schreibmaschine. Die Rothaarige, die jetzt hinter dem Schanktisch Gläser spülte, fragte ihn etwas auf Italienisch. Er antwortete, und Hans verstand, dass er nichts geschäftliches, sondern etwas privates schriebe.
„Ting, ting, ting", scherzte die Rothaarige zum Koch hinüber, der ting-ting-ting auf seiner Schreibmaschine machte.
Dann setzte sich die Rothaarige an einen runden Tisch neben eine bella signorita und trank einen Campari, dessen Rot dem Rot ihrer Haare ähnlich sah. Auf den jungen Koch wartete die bella signorita, die ihre Lippen mit einem Lippenstift bearbeitete.
Der junge Koch war fertig mit Tippen und schob einen Stuhl an den runden Tisch. Er hatte Tanzmusik aufgelegt, wie man sie in den Clubs spielte und brachte sich in Stimmung. Die Musik gefiel auch der rothaarigen Bedienung. Sie saßen noch kurz zu dritt an dem runden Tisch. Dann wünschte man sich eine gute Nacht.
„Buona notte" sagte die Rothaarige und machte sich auf den Nachhauseweg.
„Buona notte", sagten die beiden anderen. „Buona notte, ciao, a domani, ciao."
Die Rothaarige verließ fröhlich die Runde und sang eine Melodie, als sie die Gasse hinauf ging. Der Koch und seine Freundin machten sich auch auf den Weg in die Nacht. In der anderen Richtung verschwand die Rothaarige singend in der Dunkelheit, und die Dunkelheit hatte die Farbe des Sees.

Geschrieben von in Weite Welt um 13:39

Business to Business | B2B

Am 8.8. ist jetzt also diese neue Business-Plattform ans Licht der Welt gekreisst, die vom 7.7. an in ihrer Betaphase war und die ab 10.10. sicher noch professioneller auftreten wird: myWhitelist ist da. Eine neue Plattform für Geschäftskontakte, für Kooperationen, für Freelancer, für Geschäftspartner, für Empfehlungsmarketing. Was daran neu sein soll? Nun, die Empfehlungen basieren auf Emotionen auf emotionaler Intelligenz oder emotionaler Sympathie. Dabei steht vor allem nicht die übliche Selbstbeweihräucherung im Vordergrund, sondern der Gedanke, dass man die Unternehmen empfehlen möchte, mit denen man gute Erfahrungen gemacht hat. Ein Empfehlungstool, das von Altruismus lebt?Ja, genau. Verstanden haben das bisher nur wenige, weil es so unüblich geworden ist. Ich gebe etwas, ohne etwas dafür zu wollen. Was soll das denn?Nur: So funktioniert doch vieles in unserem Umfeld. Wenn ich einen Schreiner brauche, frage ich doch mal mein privates Netzwerk: „Sag mal, kennst du nicht einen Schreiner, der gut arbeitet, der einen nicht über den Tisch zieht, den er gerade gebaut hat, der Termine einhält und der aufräumt, wenn er wieder geht?“Mehr ist es nicht, aber auch nicht weniger. Ich bin doch froh, wenn mir ein Freund einen Schreiner empfiehlt, den er aus verschiedenen Gründen gut findet. Besser als einer aus den gelben Seiten allemal. Wenn ich den Schreiner dann nicht gut finden sollte, so what? Die Geschmäcker und Ansprüche sind nicht immer deckungsgleich.myWhitelist schafft dieses Forum, in dem sich Angebot und Nachfrage in einer anderen, emotionalen und altruistischen Partnerschaft treffen können. Ein Business - Forum, in dem ich nachlesen kann, was andere über jemanden aussagen. In dem ich mehr über jemanden erfahren kann, mit dem ich vielleicht mal zusammen arbeite, einfach weil er sich mit der Teilnahme bei myWhitelist anders präsentiert als in seinen „normalen“ Unterlagen. Natürlich gibt es auch Anlaufschwierigkeiten, weil einige, die sich bei myWhitelist angemeldet haben, die innewohnende Idee noch nicht verstanden haben. Weil die technische Entwicklung dieser Open-Source-Plattform logischerweise nicht ganz mit der Erwartungshaltung Schritt halten kann. Weil nach einem Monat noch zu wenig Mitglieder aus unterschiedlichen Branchen dabei sind. Und weil die Whitelist nach vier bis acht Wochen noch nicht so bekannt ist. Aber, das wird alles kommen. Ganz sicher. Wem dieses Empfehlungstool nicht gefällt, wer künftige Geschäftspartner, die ihre private Seite zeigen, nicht mag oder wer lieber keinen Partner aus seinem Umfeld empfiehlt, weil er fürchtet, ein eventuelles Missgefallen könnte auf ihn zurück fallen, für den gibt es ein einfaches Mittel: Nicht bei myWhitelist teilnehmen.Wer sich allerdings mal anders präsentieren möchte, wer Interesse hat, Empfehlungen anderer kennen zu lernen, wer einfach mal jemandem, der außerordentlich gute Arbeit abgeliefert hat, seine Anerkennung ausdrücken möchte, dem sei ein Blick auf myWhitelist angeraten. Aber Vorsicht: Sie könnten empfohlen werden!

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 08:14

Mittwoch, 5. September 2007

Lebenslügen

Wer hat die nicht? Oder wer glaubt sie nicht zu haben? Oder ist sich sicher keine zu haben? Die Lebenslügen begleiten mich durchs Leben. Kleiner und Größere. Die Wirklichkeit ist eben oft nicht passend. Dann macht man sie eben passend. Sie sind eben da. Problematisch wird die Lebenslüge eigentlich nur dann, wenn man diese selbst, als solche erst nicht mehr erkennen will und dann irgendwann nicht mehr erkennen kann.Die eine oder andere hilfreiche Lebenslüge ist somit in eine andere Wahrheit übergegangen. Das ist nicht gut. Aber man hat sie so oft erdacht, wiedergegeben dass sie eigentlichen keinen Unterschied mehr zur eigentlichen Wahrheit macht. Was ist schon Wahrheit?Ich finde jeder sollte zwar seine Lebenslügen haben, die helfen über vieles hinweg. Nur wie gesagt, man muss vorsichtig mit ihnen sein. Die Lebenslüge neigt dazu sich zu verselbstständigen und die Seite zu wechseln. Und da kann sie wirklich außerordentlich gefährlich werden. Also die Lebenslügen immer auf der richtigen Seite behalten.Denn auf der falschen Seite kann sie anfangen, viele Wahrheiten zu verdrehen und viele Wirklichkeiten zu verzerren. Wer anfängt seinen eigene Lebenslügen zu glauben, der fängt an den wichtigen Bezug zur Wirklichkeit zu verlieren und dass kann richtig böse enden. Und man weiß nicht mal mehr warum. Wo fängt die Lüge an, wo hört sie auf? Wer kann einem das nachträglich noch genau sagen?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:08

Dienstag, 4. September 2007

Meine 3 D-Days

Ich kann und will nicht näher darauf eingehen. Aber ich war heute Morgen schon um 06.00 Uhr hell wach. Das ist ein klares Zeichen das etwas sehr in Bewegung ist in mir. Zudem habe ich sehr unruhig geschlafen. Die Gedanken haben mich nicht zur Ruhe kommen lassen. 100erte von Plänen gingen mir durch den Kopf. Mir bleiben 3 Tage um etwas mir sehr wichtiges zu bewahren. Emotional sehr wichtiges. Nichts Privates. Es ist wie immer in den letzten 5 Jahren eine schwere Ausgangssituation und ich vertraue wie die letzten 5 Jahre darauf, dass es am Ende wieder glimpflich ausgeht. Ich müsset lügen wenn mich etwas emotionale so aufgewühlt und betroffen gemacht hätte ich der letzten Zeit. Ich habe nur meine Worte und ein paar Argumente, am Wesentlichen fehlt es mir. Aber ich gebe alles, da mit ich einen Teil meines Traums, meiner Vision nicht verliere.Wenn wir doch nur 2 bis 3 Kunden mehr in und München hätten. Wenn wir doch nur mal zur Ruhe kommen könnten. Wenn wir doch nur wenigstens das bekommen würden was wir fest glauben verdient zu haben. Aber es sind und bleiben schwere Zeiten, für Menschen und Agenturen mit Ideen. Haltung. Und dem Wissen darum das man am falschen Ende nicht sparen darf. Ich komme mir oft vor wie Don Quichote bei seinem Kampf gegen die Windmühlen. Vielleicht bin ich es auch? Es wäre mal wieder Zeit für ein positives Wunder. Ist da draußen eins? Wir könnten dich jetzt wirklich gut gebrauchen. Drückt mir bitte alle die Daumen. Das ist eine Liebeserklärung der völlig anderen Art. Vielleicht ist das Wort Liebe ein wenig zuweit gegriffen, nennen wir es - sehr große Zuneigung. Danke.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 06:58

Montag, 3. September 2007

Was für ein Stress?

Genau das ist die Frage. Was für ein Stress? Positiver oder negativer? Selbst gemacht oder von Außen kommend? Nur weil das eigene Ego nicht befriedigt ist? Nur weil die Erwartungshaltung zu hoch ist? Nur weil man befürchtet zu spät zu sein, etwas zu verpassen, oder nicht nach zu kommen? Stress aus Neid, Eitelkeit oder Missgunst?Es müsste eine Stressprüfstelle geben, die dann anzeigt auch einem praktischen Handgerät: Ego Stress 6. Also, runter kommen. Ego runter fahren. Der meiste Stress ist somit wohl hausgemacht. Und der echte negative Stress, der unterliegt einem Missverständnis. Dem Unterschied zwischen müssen, können und wollen. Sobald ein „muss“ davor oder dahinter steht, steigt der Spiegel. Dabei gibt es eigentlich kein „muss“ Bis auf ein einziges echtes „muss“ Das aller letzte, dass müssen wir alle, sonst eigentlich nichts. Solang ich mich noch hinter einem „muss“ verstecke, habe ich mein wollen noch nicht im Griff. Das Gefühl der negativen Fremdbestimmung kann zum Alptraum werden. Ein langer weg da raus. Oder wie gestern jemand zu diesem Thema treffend im Fernsehen sagt, eigentlich nur das ständige ausweichen vor dem Schmerz. Denn man befürchtet, obwohl man ihn nicht kennt und ihm noch nicht begegnet ist. Wenn man jedes mal dem kleinen Entscheidungsschmerz begegnen würde, könnte daraus nie ein großer werden. Somit müssen wir unsere Seele ebenso kontinuierlich aufräumen wie alles andere. Sonst kommt Chaos in die Gefühle. Und die Angst vor dem immer größer werdenden Schmerz steigt und steigt und steigt.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:52

Nikotin

Seit Anfang dieses Monats hat eine mittlere Revolution stattgefunden. Rauchverbot in öffentlichen Verkehrsmitteln und Bundesbehörden. Dazu gehören Bahnhöfe, Flughäfen, Ämter, aber auch Taxis, Fähren und Schiffe. Die Gaststätten kommen bundesweit erst ab 1. Januar dran. Bisher gibt es ein totales Rauchverbot lediglich in Baden-Württemberg und Niedersachsen.Das ist zunächst einmal so wie es ist.Was mir auffällt, ist etwas anderes. Etwas wie ich finde sehr bemerkenswertes. Der Bewusstseinswandel nämlich. Von Tucholsky stammt folgendes Bon mont, wenn ich mich richtig erinnere: „Dummheit frisst. Intelligenz säuft.“Heute möchte ich noch anfügen: „Prekariat raucht.“War das Rauchen vor nur 100 Jahren noch das Statussymbol der Oberschicht und bis vor 20- 30 Jahren noch der unverzichtbare Ausdruck von Rebellentum, man denke nur an die ungezählten Kinofilme, in denen der Held nur heldig war, wenn er eine Zigarette im Mundwinkel trug, so ist die Zigarette heute zunehmend das Zeichen der Arbeiterklasse, Untergebenen und Unterschicht.Würde heute der Held im Film seinem im Sterben liegenden Adjutanten noch eine letzte Zigarette zwischen die Lippen schieben, würde er wegen Folter angeklagt. Die Angestellten, die sich in hastigen Rauchpausen vor der Tür drängeln, deren Karrieren haben sich bereits für alle sichtbar im Dunst aufgelöst. Ein Manager, der seine Sucht öffentlich nicht im Griff hat? Undenkbar. Eltern, die ihre Kinder voll qualmen? Der Prominente in der Talkshow, der sich eine Zigarre anzündet? Der Gast im Gourmettempel, der sich ein Pfeifchen genehmigen möchte? Nicht mehr vorstellbar.Besonders gut finde ich die Regelung, dass an Jugendliche erst ab 18 Jahren Tabakprodukte verkauft werden dürfen. Hat doch die Tabakwerbung seit Jahren gerade auf Kinder und Jugendliche großen Einfluss genommen, von dem böse Zungen behaupten, dass eben Nachwuchskonsumenten gebraucht werden, wenn zu viele Kunden sterben oder aufhören.Bevor jetzt alle Raucher wieder alle tausendfach gehörten Rauchermärchen absondern. Bis sich das wirklich auswirkt dieses Rauchverbot, wird es dauern. Denn das Verbot wird ja nicht kontrolliert. Wenn man sich über einen Raucher auf öffentlichem Bahnsteig beschweren würde, bekäme man unter dem Applaus der gesamten, anwesenden Unterschicht eine Tracht Prügel verpasst. Wer Roth Händle raucht, frisst auch kleine Kinder.Raucher sind humorlos, intolerant und bewaffnet. Also Vorsicht. Und sie sind nicht zurechnungsfähig. Ihre Sucht lässt sie zu unkontrollierbaren Monstern mutieren. Nach 20 Minuten ohne Zigarette bekommt jeder Raucher von unserer toleranten Jurisprudenz für Lynchjustiz auf offener Strasse mildernde Umstände.Deshalb empfehle ich, niemals Bahn zu fahren sondern nur Rolls Royce. Nicht Angestellter zu sein, sondern Boss. Nicht in ein Restaurant gehen, sondern in einen Privatclub. Überall dort darf man rauchen, wie man möchte. Allerdings - sollte man das wirklich erreichen, ist man sowieso Nichtraucher.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Paradigmenwechsel um 07:52

Donnerstag, 30. August 2007

mein schulweg, revisited 28.8.2007

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:20

Mittwoch, 29. August 2007

Der Weg

Eigentlich ist es noch kein richtiger Weg. Sondern eher ein Pfad, der sich da auftut. Man ist in so viele Richtungen gegangen. Mit gegangen. Hinterher gegangen. Meistens waren es die Richtungen anderer. Welche diese erfolgreich beschritten haben. Deshalb beschreiten so viele diese Wege. Alle die vorgegebenen Wege haben eins gemeinsam: Es sind nicht meine Wege. Aber bevor man den Mut aufbringt, wenn man ihn überhaupt aufbringt, seinen Weg zu suchen, ist schon ordentlich Lebenszeit von der Uhr abgelaufen.Diese Wege waren alle so Erfolg versprechend. Aber irgendwas lief schief. Also ob man diesen Wegen nur folgen soll, damit andere weiterhin davon profitieren. Meinen Weg zu finden, dauert lange und dauert noch an. Ich schaue in das Dickicht des Dschungels, der vor mir liegt und scheine so etwas zu sehen wie meinen eigenen Weg. Ich erkenne ihn daran, dass er voller Hindernisse ist und niemand ihn zuvor beschritten hat. Von allen Wegen scheint es der Schwerste zu sein. Aber mein Gefühl sagt mir, es ist der Einzige, der mich zu meinen Zielen führt. Also muss ich da durch. Oder mich weiter damit begnügen, die Ziel anderer zu erreichen. - Kommt nicht in Frage.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:55

Dienstag, 28. August 2007

Gestalter

Ich würde gerne einen Beruf erfinden aus Berufung. Den des Gestalters. Der immer und überall, alles gestalten darf. Ganzheitlicher Gestalter. Der im Großen und Ganzen und im kleinsten Detail gestaltet. Man kann ihn nicht beauftragen. Und man darf ihn nicht kontaktieren. Der Gestalter ist frei und diese Freiheit macht es ihm möglich, unglaublich sinnvolle und gute Dinge zu gestalten. Somit meldet sich der Gestalter bei einem. Einer Person oder einem Unternehmen. Oder wo auch immer er Anlass sieht, etwas zu gestalten. Er muss absolut unabhängig sein. Frei, befreit von allen Konventionen. Wenn sich der Gestalter meldet, weiß jeder sofort, dass sich jetzt etwas Entscheidendes zum Positiven verändern wird. Der Gestalter erhält seine Bezahlung nach dem, was es demjenigen Wert ist. Welche Wirkung dieser sich davon verspricht. Der Gestalter erhebt nie einen Anspruch auf einen bestimmten Betrag. Sondern konzentriert sich ausschließlich auf seine Wirkung. Das genügt ihm. Denn er liebt es, frei gestalten zu dürfen. Diese Form der Gestaltung bezieht sich auf alle Bereiche der Wirtschaft. Die Fähigkeit und Bereitschaft, die ein Gestalter mit mitbringen muss, ist, dass er das zu Gestaltende selbst entdeckt und erkennt. Er darf nie auf einen Hinweis hin anfangen zu agieren. Der Gestalter kann gar nicht anders als alle diese Dinge zu sehen, zu hören und zu bemerken. Ohne die Leidenschaft unbedingt gestalten zu wollen, kann man kein Gestalter sein. Gestalter werden so das Bild unserer Wirtschaft positiv verändern. Man wird bestimmten Gestaltern höhere Aufmerksamkeit widmen als anderen, die erst am Anfang sind. Aber diese können mit jeder gelungenen und wirkungsvollen Gestaltung an Glaubwürdigkeit gewinnen. Nicht jeder kann oder darf Gestalter sein. Oder sich Gestalter nennen. Man muss diesen Titel verliehen bekommen. Es ist ein absolutes Privileg. Denn alles geht vom ersten Gestalter aus. Somit kann man immer zurückverfolgen, welcher Gestalter von welchem ernannt wurde.Gestalter würden Unglaubliches leisten können, weil sie es wollen. Und nichts sie davon abhält oder beeinflusst. Kein Interesse, außer die eigene und innere Leidenschaft beeinflusst das Denken und Handeln eines Gestalters. Was für ein fantastsicher Beruf, oh Entschuldigung, was für eine fantastische Berufung - von allen Zwängen, Pflichten, Ängsten und Konventionen befreit zu sein, nur um etwas besser zu machen. Nur dem eigenen, freien Willen folgen zu dürfen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:44

Montag, 27. August 2007

Haushaltspläne

Jeder 2. Mann hilft nicht im Haushalt. Emanzipation? Von wegen - In deutschen Haushalten hat sich nichts geändert! Das ergab eine Forsa-Studie im Auftrag von Kabel 1 (1.000 Befragte): Danach überlässt noch immer fast jeder 2. Mann seiner Partnerin die Hausarbeit! 85% der Männer wissen, was zu tun wäre. Aber nur 53% helfen ihrer Partnerin auch. 43% machen daheim gar nichts. Gerade 5% führen statt der Frau den Haushalt. Als Grund geben die Männer berufliche Belastung (77%) und die klassische Rollenverteilung (14%) an. Anlass der Studie war die Dokumentation „Männer allein daheim“ ab 2.7. (20:15) auf Kabel 1.Das hat mich schon früher amüsiert. Wenn ich bei Bekannten zu Besuch war, saß der Hausherr oft nur am Tisch, während die Dame des Hauses wie eine eifrige Fee herum wuselte und sich um alles kümmerte. Klar, die Begründung mit der klassischen Rollenverteilung. Früher war das so. Der Mann ging zur Arbeit und versorgte die Familie, die Hausfrau und Mutter kümmerte sich um Haus, Garten und Kinder.Das Witzige dabei ist: Heute nehmen diese Rolle auch Männer ein, deren Frauen genauso zur Arbeit fahren wie sie selbst. Oder, überspitzt gesagt, die zu Hause sitzen, während die Frauen zur Arbeit gehen und anschließend den Haushalt machenUnd woran liegt das? Da spricht noch das Reptiliengehirn. Der Mann sitzt abends nach der Jagd nun mal am Lagerfeuer, während die Frau das erlegte Mammut zubereitet. Und das bleibt auch so, selbst wenn Mann und Frau alleine wohnen sollten. Solange sie sich der Mechanismen ihres Reptiliengehirns nicht bewusst werden, wird die Frau beim Nachhausekommen automatisch in die Küche abschwenken, während sich der große, weiße Jäger wohlig grunzend vor sein Lagerfeuer, heute TV, fallen lässt. Dieser Reflex lässt sich auch in anderen hierarchischen Strukturen wie z.B. einem entsprechend geführten Unternehmen beobachten. Derjenige, der es auf eine bestimmte Position geschafft hat, von der er annimmt, es sei die „Hausherr - Position“, neigt dazu seine Lagefeuer-Haltung einzunehmen und nichts zu tun.Deshalb mein Aufruf an alle, die sich an dieser Rollenverteilung stören: Fragen Sie sich selbst als erstes, warum sie selber in dieser Rolle bleiben und warum Sie es tolerieren, dass Ihr Partner ebenfalls diese Rolle einnimmt? Werden Sie sich dieser Mechanismen bewusst -und dann ändern Sie Ihre eigenen Automatismen.Auch hier gilt, was immer gilt: Wenn Sie sich selbst ändern, ändert sich die ganze Welt.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Paradigmenwechsel um 08:55

Donnerstag, 23. August 2007

Decoderfrei

Im Zuge des Verlustes der Übertragungsrechte an der Fußball-Bundesliga habe ich im letzten Jahr den Vertrag mit Decoder - TV gekündigt wie viele hunderttausende andere Zuschauer auch. Anschließend bekam ich wöchentliche Serviceanrufe, die mich anflehten, das Gesamtpaket auch weiterhin anzuschauen. Ebenso wurde der monatliche Zwangs-Monopol-Beitrag mit jedem Anruf gesenkt. Jahrelang musste ich 49,- EUR Monatsobolus bezahlen, weil ich im Abonnement alle anderen Programme aufs Auge gedrückt bekam. Sah ich zwar nie, aber was soll's. Doch dann wurde der Fußball, der da am Samstagnachmittag geboten wurde (ich bin Bayern-Fan) so unansehnlich (Sorry, Herr Hoeneß!), dass ich lieber ein Nickerchen machte, las oder arbeitete als Fußball zu konsumieren. Am schlimmsten waren anschließend jedoch die moderierenden Marktschreier und Claqueure, die jedes peinliche Fehlpass-Festival zu einem nie gesehenen Highlight aufblasen wollten. Kein Wunder, wenn man Millionen dafür bezahlt hat.Die Telefonanrufer konnte ich letztlich mit einer grandiosen Idee abwimmeln. Als mal wieder eine dieser - diesmal sogar charmanten - weiblichen Stimmen anrief, ob ich das Programmpaket nicht auch weiterhin zu lächerlichen 35,- EUR/ Monat behalten wolle, fiel mir ein italienischer Auto-Werbspot (oder war es Kaffee?) ein. „Isch abe gar keine Fernseher", sagte ich der völlig entgeisterten Stimme. „Das sollten Sie auch mal versuchen. Super, so ganz ohne Zeitfresser.
Gleichwohl gab Decoder - TV bis zum Ablauf meiner so lange wie möglich hinausgezögerten Vertragslaufzeit mit regelmäßigen Bettelbriefen, Kunde zu bleiben, nicht auf. Zum Abschluss meines Auserwählten-Status' schrieb ich dann einen letzten Brief an den so genannten Kundenservice und schickte meine elektronische Mitgliedskarte zurück. Hier als Beweis mein Brief vom 7. Oktober 2006:„Kundenkarte 5.222.555.5,Sehr geehrte Frau vom Kundenservicedanke für Ihren Brief und die diversen telefonischen Versuche mich als Kunden zu halten. Hier ein paar Hinweise für Ihre Marktforschungsabteilung: Mir fällt der Abschied anscheinend weniger schwer als Ihnen. Im Gegenteil: Den Decoder habe ich bereits vor sechs Wochen deaktiviert. Ihr Programm hatte ich abonniert, um Fußball Bundesliga und Champions Liga zu sehen. Die anderen Kanäle wurden mir im Rahmen Ihrer monopolistischen Abo-Struktur quasi als Zwangsverordnung mit verabreicht. Das hat mir zwar nicht gefallen, habe ich als Kröte allerdings bisher geschluckt.Inzwischen hat allerdings die Qualität der Bundesligaspiele so stark abgenommen, dass mir die Zeit zum Zuschauen Leid tut. Interessieren würde ich mich zukünftig für ein Abo, das mir die Wahl lässt, was ich kaufe und in dem Umfang, wie ich es sehen möchte. Beispielsweise würde ich für die Übertragung eines bestimmten Spiels durchaus einen definierten Betrag zahlen. Deshalb meine Smartkarte mit Dank zurück.PS: Ach ja. Nicht gefallen hat mir die steigende Werbeflut in Ihrem so beworbenen „werbefreien" Programm.Mit freundlichen Grüßen"Seit einem Jahr bin ich ein Decoderfreier Mensch und stelle fest: Die Qualität meiner Zeit hat sich um Potenzen gesteigert. Früher blieb der Samstagnachmittag für den TV Fußball reserviert. Der Konsum zog sich dann über Sportschau, Sportstudio bis zum DSF-Phrasenschwein am Sonntagmittag hin. Toll für den Dinosaurier in mir, weniger schön für die liebliche Prinzessin an meiner Seite.Doch was ist jetzt passiert? Da hat doch Decoder - TV meine Idee aufgegriffen. Zur neuen Saison bietet es die Option, sich interessante Spiele der Champions - League gegen Zahlung einer Eintrittskarte ins Wohnzimmer zu holen.Als erstes muss ich meinen Anwalt anrufen, um meine Markenrechte an der Spontan -TV-Idee zu schützen. Dann habe ich einen Termin mit der Prinzessin. Welcome back, Dinosaurier

Geschrieben von Kai Falkenberg in Spontaneitäten um 08:24

Montag, 20. August 2007

Schuld. Schuldfrage. Schuldgefühl.

Eine der noch wirksamsten Methoden ist das Verteilen von Schuld. Es gibt in der menschlichen Natur den unliebsamen Umstand, dass die einen sich immer schuldig und zuständig und verantwortlich fühlen. Und andere wiederum sich genau das zunutze machen. Weil sie diesen inneren Druck, das Unwohlgefühl nicht kennen, nutzen sie diesen Umstand für das persönliche Weiterkommen. Das heißt im Klartext, die einen nutzen das Verantwortungsgefühl der anderen aus. Woher das kommt, ist relativ leicht erklärt, aus der jeweiligen Programmierung und Kindheit. Somit muss man Menschen nur in verschiedenen Situationen beobachten. Wenn was passiert, müssen die einen erst die Schuldfrage klären. Und dann einen Schuldigen finden. Bis dahin haben diese in der Sache nichts geleistet. Die andere Spezies hält sich mit sowas nicht auf und schreitet sofort zur Tat. Um etwas zur Regelung oder Lösung beizutragen. Keinen Moment verwenden diese Gedanken und Zeit an die Schuldfrage. Auf diesem emotional hochwirksamen Prinzip baut der Grossteil unseres ganzen Systems auf. Die einen lieben es, die Schuld anderen zu geben, weil diese dann für sie springen. Um bloß nicht schuld zu sein. Die Schuld als Antrieb. Was sind das für Menschen, die so agieren? Die diese emotionale Lücke so schamlos für das eigene Weiterkommen ausnutzen? Die ihren persönlichen Erfolg auf der Vergabe von Schuldgefühlen begründen. Ganz ehrlich? Ich weiß es nicht. Mir tun diese lebenslänglichen Schuldgefühlträger für andere immer leid. Aber man kann ihnen unmöglich helfen. Es ist Bestandteil ihres Charakters. Aber man kann ihnen unmöglich einen Vorwurf machen oder einen Hinweis geben, ohne nicht das nächste Schuldgefühl vom Zaun zu brechen. Mit bleibt nur Mitgefühl und Mitleid. Aber auch das verdecke ich und verstecke ich, um nicht wieder ein Auslöser zu sein.Ein verflixt hoffnungsloser Fall. Denn nichts langweilt mich mehr und interessiert mich zugleich weniger als die Schuldfrage. Somit war meine Karriere als Angestellter vor langer Zeit auch schnell beendet. Es war mir unmöglich, auf die Schuldgefühlverteiler angemessen zu reagieren. So lag ich da, wie ein Löwe im Zirkus und der Dompteur gibt sich alle Mühe, mich zu Kunststückchen zu motivieren und aufzufordern, und ich liege nur da und denke mir, was will der, soll der doch selbst durch diesen bescheuerten brennenden Reifen springen. Wenn es Tabletten gegen Schuldgefühle gäbe, würde das gesamte System einstürzen. Deshalb gibt es keine. Und wird es auch nie welche geben. Somit ist das einzig wirksame Mittel gegen diese Verhaltensstörung in der Erziehung begründet. Und in der Programmierung. Wir können ja alle mal anfangen.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 08:51

Donnerstag, 16. August 2007

Chancen Optionen Stärken Möglichkeiten

Man sollte die Welt nur noch durch die rosa Brille betrachten. Man sollte die Realität hinten anstellen und nur noch in seiner wunderbaren Fantasie leben. Man sollt alles Negative einfach abschalten. Man sollte nur noch hinhören, wenn es einem gefällt. Nur noch hinsehen, wenn es einem zusagt. Man sollte nur das sehen, hören, lesen und fühlen, was einem gut tut. Man sollte sich nur noch mit Menschen umgeben, die man mag. Man sollte sein ganzes Leben mit vielen schönen Impulsen ausstatten. Angenehmen Begegnungen. Es sollte Brillen geben, die alles ausblenden, was man nicht sehen will. Hörgeräte, die alles taub machen, was man nicht hören will. Auf der Haut nur die Stoffe tragen, die einem schmeicheln. In Bettwäsche schlafen, in die man sich voller Wonne einwickelt. Man sollte sein Leben nutzen, es zur höchsten eigenen Lebenskunst heranwachsen zu lassen. Man sollte seiner Energie folgen, seinen Emotionen, seinem guten Gefühl. Man sollte im Regen tanzen, wenn einem danach ist. Man sollte so viel. Man könnte so viel. Aber leider muss man. Leider darf man nicht. Obwohl nichts davon irgendjemandem nur ein Haar krümmen würde. Schon verrückt. Dass Gutes es im Leben viel schwerer hat als Schlechtes. Schon verrückt.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 10:40

Vorsicht, Elchtest!

Es ist passiert: Ein Meilenstein in der deutschen Verbraucher-Würdigung nimmt Gestalt an. In den Metropolen Sindelfingen, Fürth und Dresden startet der blaugelbe Möbelgigant sein ultimatives Pilotprojekt. Die Kunden können, ach was müssen, ihre Einkäufe zukünftig an der Kasse selber einscannen und anschließend am Automaten auch bezahlen. Nichts mehr mit der freundlichen Schülerin als Kassenkraft, die noch für 3,50 Euro die Stunde das hippe Image des leicht in die Jahre gekommenen Elchs hochhielt. Nein, das ist die moderne Form der Kundensegmentierung.Wer an einer stinknormalen Supermarktkasse den Aufruhr kennt, den eine Nur - Hausfrau mit zwei Kindern oder eine halbwegs rüstige Rentnerin in der Mittagspause oder kurz nach Büroschluss verursachen können, wenn die Angestellten unter Zeitdruck ihr Mittagessen oder die spärlichen Einkäufe für das Single-Dinner einkaufen müssen. Das ist doch ein Bild: „Nein! Justin, nicht die Schokolade aufreißen!“ schreit die Mutter, während ihr hoffnungsvoller Sprössling nach allem greift, was er aus seinem Einkaufswagen erreichen kann. Zeitgleich versucht sie die schreiende Josephine-Christina an einer Hand daran zu hindern, auf den Parkplatz zu laufen, während sie mit der anderen Hand den Wocheneinkauf vom Wagen aufs Förderband balanciert. Hinter ihr stehen anfangs vier Büroleute mit knappen Zeitbudget und jeweils einem Joghurt, Salat oder Powerdrink und beten zu allen Heiligen, die ihnen einfallen. Ist alles geschafft, kommt die wirkliche Tragödie: Was, an der Supermarktkasse braucht man einen Geldbeutel? Jetzt geht die Sucherei erst wirklich los, während sich in der inzwischen auf 18 Büromenschen verlängerten Schlange Sarkasmus breit macht. „Kollegin hat Mittagspause!“ ruft die einzige Kassenkraft zum dritten Mal genervt, als die ersten Anarchisten beginnen, ihre Mittagspause unbezahlt im Supermarkt zu sich zu nehmen. Genug, von diesem Drama!Jetzt übertragen Sie diese Bild mal auf einen normalen Samstagvormittag in eine beliebige Möbelhaus - Filiale. Seit 08:16 Uhr sind alle 8.117 Parkplätze doppelt besetzt. Die Menschentraube beim Eingang schwillt langsam ab und die ersten Glückseligen rammen Ihren voll gepackten Wagen durch die Markthallen Käufer zur Kasse. „Nach Hause“, murmelt der gestresste Jungvater und entwickelt in zwei Minuten mehr Heimweh als E.T. im ganzen Film. Und jetzt? Jetzt wird es grauenvoller als nach Heimspielen von Bayern München im Parkhaus der Allianz-Arena. Dort erfährt der Parkhausbesucher an der Schranke bei der Ausfahrt mit 27.000 genervten Autofahrern im Kreuz, dass er vor der Ausfahrt eine Arena -Geldkarte hätte kaufen müssen.Bei den Schweden sind die Kunden ja auch schon alles gewöhnt: Nicht nur die Möbel selber zur Kasse transportieren, im Lager den Rest aufladen, die unförmig verpackte Schrankwand in den Golf III einpuzzeln - Rubik’s Cube war dagegen ein Klacks - nach Hause transportieren und selber zusammen bauen. „Wohnst du schon oder schraubst du noch?“ Ist ein verbotener Werbespruch der Konkurrenz. Bitte nicht mehr verwenden! Jetzt sollen die Käufer ihre Beute an der Kasse auch wieder abbauen, einscannen -

wenn dieser verdammte Scanner denn immer problemlos gehen würde - und ihre hauseigene Geldkarte zücken, die natürlich vorher aufgeladen worden ist. Jetzt nur noch den Touchscreen bedienen, ein paar Artikelnummern eingeben und ab geht die wilde Fahrt. Zumindest wird es wild, weil im voll automatischen Lager gerade die Förderbänder stehen und das Schuhregal ‚Smöre“ partout nicht aus Halle 3, Hochlager A19 will.Also, liebe Kunden über 40 und liebe Familien mit Kindern, wenn ihr künftig eure Möbelhausbesuche ohne Lynchjustiz und Intensivstation überstehen wollt, hilft nur die sofortige Volkshochschulanmeldung mit dem Thema „Einführung in die Informatik“ oder die konsequente Weiterführung des „Do it yourself - Gedankens“: Ab sofort werden die Möbel mit Holz aus dem nahe gelegenen Park gleich selber gebaut.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Balance Marketing um 10:36

Mittwoch, 15. August 2007

Unwissenheit bringt Macht

Die wichtigsten Dinge im Leben erklärt einem keiner. Eventuell liegt es daran, dass nur so wenige darauf kommen können. Ich weiß zwar, was ein Endoplasmatisches Retikulum ist oder eine Trend bereinigte Zeitreihe. Ich weiß so viel unendlichen Blödsinn und das Meiste davon musste ich auch noch erlernen. Blödsinn bekommt man lange, ausgiebig und bis ins Detail erklärt und beigebracht. Aber alles, was wirklich im Leben zählt, kommt nicht vor. Das, was über Lebenswege entscheidet, taucht in keinem Satz auf. Nicht mal in einem Nebensatz. Mir hat nie jemand das Leben erläutert. Oder die Liebe. Das Glück. Die Freundschaft. Was Erfolg bedeuten kann? Was man mit Hoffnung so anstellen kann? Was die Zuversicht soll? Diese vielen unterschiedlichen Gefühle. Wohin damit?Es ist verwunderlich, mit welcher Unwissenheit und Naivität man mich auf das Leben los gelassen hat. Kein Wunder, dass ich alles geglaubt habe. Ich wusste es ja nicht besser. Heute denke ich, das hat System oder Prinzip. Es ist für eine Gesellschaft Gewinn bringender, wenn die Bewohner in ihr nicht mehr wissen als unbedingt nötig. Also, wann kommt der Biomüll? Bis wann muss die Steuerklärung raus? Welche Schuld und welche Schulden muss man begleichen? Wann kommt "Wetten dass"? Das System bedingt, dass wir immer weniger wissen müssen und sollen. Und das scheint gut zu gehen. Wir konsumieren alles, was man uns auftischt. Wir haben uns gewandelt in einer Art Volksvieh. Oder Viehvolk? Da gibt es das Konsum-Vieh und das Wähler-Vieh und noch viele andere Arten. Der Begriff Massentierhaltung trifft längst auf uns zu. Wir sind einfach zu Viele. Mit zu vielen Ideen, Wünschen und Vorstellungen. Da wird man aber auch verrückt. So ein Staat kann es ja auch nicht jedem Recht machen.Aber muss er deshalb dahin tendieren, sein Volks-Vieh völlig willen- und wissenslos zu machen? Ja! Denn so ein Volk ist einfach unersättlich. Gibst du ihm den kleinen Finger, verschlingen die deinen ganzen Arm. Die Idee, der Denker, die Vision haben es schwer. Sehr schwer. Denn der Widerstand der nicht die kollektive Verblödung nährt, ist mehr als unerwünscht. Alles muss Massen tauglich sein. Die Masse ansprechen. Einschaltquote zählt. Nur noch "Menge" und "Billig" scheinen als Ziel zu taugen. Aber das alles wollte ich gar nicht erzählen, sondern dass ich das Gefühl habe, es geht nur um eine Sache. Wirklich. Nein ich weiß es. Alles ist relativ. Somit relativ unwichtig bis auf einen Aspekt. Alles ist subjektiv bis auf einen Umstand. Die Energie. Die Energie fließt entweder positiv oder negativ. Die Energie zu spüren, hat mir niemand erklärt oder beigebracht. Noch hat mir jemand erklärt was sie bedeutet. Die Energie ist alles. Wer die Energie spürt. Und sie nährt. Ihr folgt. Sie geben und nehmen kann. Wer diese positive Kraft der Energie empfangen und leiten kann. Der hat ein gutes Leben. Ein Sau gutes Leben. Ich kann es nicht. Scheiße. Aber ich arbeite daran. Also, ich denke, ich versuche daran wirklich zu arbeiten.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 06:52

Dienstag, 14. August 2007

Solidarität

Auszug aus einem Gesetzentwurf der Fraktionen CDU/CSU und FDP von 1991:Entwurf eines Gesetzes zur Einführung eines befristeten Solidaritätszuschlags und zur Änderung von Verbrauchssteuer- und anderen Gesetzen (Solidaritätsgesetz).(…) In begrenztem Umfang werden die Mineralölsteuer, die Versicherungssteuer und die Tabaksteuer angehoben sowie ein auf ein Jahr befristeter Solidaritätszuschlag eingeführt.Ich weiß noch ganz genau, wie ich zu meinem Freund Stefan sagte, als dieser Solidaritätszuschlag eingeführt wurde: „Den werden wir nie mehr los. Wie die Sektsteuer, die Kaiser Wilhelm II einführte, um irgendwelche Schiffe zu bezahlen.“Kein Wort über Politik, nein wirklich nicht. Ich spreche über Balanced Management. Was halten laut verschiedener Umfragen Mitarbeiter für die schlimmsten Eigenschaften ihrer Vorgesetzten? Ziellosigkeit und Unaufrichtigkeit. Vorgesetzte, die rumeiern, die Tatsachen verdrehen und die Fakten so hindrehen, wie es ihnen gefällt. Gibt es leider zuhauf. Weil selten ein noch Vorgesetzterer zugeben mag, dass er sich geirrt hat. Vertuschen und verdrehen eben. Ich denke, wer einen Fehler macht und ihn nicht zugibt, macht schon einen zweiten, viel schlimmeren. Was wir brauchen und was immer mehr Menschen wollen, sind Leute, die eine Position haben und diese auch vertreten.Mitmenschen, die nach ihrem ureigenen Gewissen handeln.
Funktionsträger, seien es Manager oder Politiker, die einen Standpunkt erkennen lassen und die diesen vertreten. Und die dem, was sie sagen, auch Taten folgen lassen. Ganz einfach.Warum nur treffen wir laufend auf die Vertreter der anderen, obsoleten Fraktion? Die Leute ohne eigene Meinung oder eine täglich wechselnde. Es bloß nur allen Recht machen zu wollen, ist deren Devise. „Hier spricht Babara Überfreundlich. Schön, dass Sie uns anrufen. Was kann ich für Sie tun? Wir wollen das Beste für Sie. Unsere Serviceabteilung steht ganz zu Ihren Diensten.“Oder der Flugkapitän, der bei Verspätungen dynamisch ins Mikrofon bellt: „Wegen kleinerer technischer Probleme verschiebt sich unser Abflug leider um etwa zehn Minuten.“ Nach einer Viertelstunde meldet er sich wieder. „Das Problem ist noch nicht ganz behoben. Bitte gedulden Sie sich noch ein bisschen.“ Fakt ist, dass bei solchen Durchsagen niemand irgendeinen Schimmer hat, was los ist. Ob das jetzt zwei Stunden dauert oder die Maschine ganz ausfällt. Aber die Psychologen haben das so ausgetüftelt. Scheibchen weises Heranführen an Katastrophen heißt das. Der Mensch ist zwar nicht dumm, aber die Menschen sind es definitiv.Deswegen werden „wir Menschen“ dann auch immer so behandelt. Ob als Reisende in der Holzklasse (Charterflieger), ob als Klatschvieh (Besucher einer TV-Show), ob als Mehrheitsbeschaffer für Minderheiten (das sind mittlerweile die 45% der Stimmberechtigten, die noch wählen gehen. Das so genannte Wahlvieh) oder als moderne Sklaven (angestellte Mitarbeiter ohne jede Chance auf einen goldenen oder überhaupt einen Handschlag).Warum das schon so lange funktioniert? Weil sich die Masse ruhig stellen lässt. Der einzelne Mensch würde sich das alles nicht gefallen lassen. Aber in der virtuellen Masse, denkt er: „Ach, da kann ich sowieso nichts machen!“ Und dann macht er nichts.Fakt ist: Wenn jeder für sein Handeln die Verantwortung übernimmt und für sich seine eigene Position bezieht, ist alles anders. Ich spreche kein Wort über Politik.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Balance Marketing um 07:15

Montag, 13. August 2007

Warum bin ich da nicht früher drauf gekommen?

Seit langem drängen sich mir immer wieder dieselben Fragen auf. Warum erkennt jemand die Qualität einer guten Idee nicht? Warum macht niemand so richtig mit, wenn es um eine gute Idee geht? Warum werden so viele unglaublich schlechte Ideen realisiert? Und jetzt mit myWhitelist fällt es mir wie Schuppen von den Augen. Neid. Missgunst. Besitzstandswahrung. Eitelkeit. Ignoranz. Intoleranz. Egoismus. Arroganz. Überheblichkeit. All dem gesellt sich noch hinzu: Nur die eigene Idee stellt einen Wert da. Ideen anderer sind grundsätzlich sinnlos und wertlos. Ideen anderer können nicht funktionieren. Ideen anderer sind den eigenen immer unterlegen. Sogar wenn man selbst keine hat. Ideen haben es also schwer. Sehr schwer. Zu schwer. Der Mensch ist Ideen-blind. Er folgt anderen Antrieben, aber nie einer Idee. Weil Ideen nie rational bewertet werden, sondern immer emotional. Vor allem von den Personen und Unternehmen, von denen man es am wenigsten erwarten würde. Weil hier "der Krieg gegen die Idee des Anderen" mit der größten, zerstörerischen Leidenschaft geführt wird. Denn sollte die Idee des Anderen funktionieren, das wäre die persönlich größtmöglich anzunehmende Niederlage. Wie krank ist das denn? Entspricht aber unserer Wirklichkeit. Ich dachte, wir leben in einer Welt, die sich dadurch auszeichnet und weiter entwickelt, dass eine Idee nach der anderen die Arbeits- und Lebensumstände zu verbessern sucht. Doch mit den Jahren kam ich immer mehr ins Stutzen.Deine Idee interessiert kein Schwein. Lieber die eigene, schlechtere Idee verfolgen, auch wenn eine andere wesentlich besser klingt. Diese Gedanken waren mir bisher völlig fremd. Darum renne ich mit Ideen auch schon seit 20 Jahren professionell vor die Pumpe. Und als Amateur seit 43 Jahren.So lange hat es gedauert, bis ich erkannt habe, dass es ums Dominieren geht. Ums Durchsetzen, um Überlegenheit, ums Beherrschen. Ich Idiot dachte wirklich bis vor kurzem noch, es läge an der Qualität der Ideen.Aber dann machte ich Tage und Nächte in meinem Kopf Rechnungen auf. Wie viele falsche Ideen ich verfolgen musste. Und wie viele, die sich nachträglich als richtigere Ideen heraus gestellt haben, verhindert wurden.Dass die Kosten für die Fehler der anderen Seite bei weitem das übersteigen, was Ideen von mir oder anderer gekostet hätten. Ich würde mal resümieren: 80% waren teure Fehlentscheidungen. Und 20% lagen richtig. Diese Quote hat sich Laufe der Jahre nicht verändert. Dabei lag darin meine Hoffnung begründet. Die Zeit würde kommen, dann wird man wissen, dass man mir glauben kann. Dass es nicht um meine, oder irgendeine Idee geht, sondern nur um die Idee. Welche nach dem Gesetzt der Plausibilität die wohl größte Chance auf Erfolg haben wird. Aber alles blieb, wie es ist. Da komme ich und erzähle - und gehe wissentlich voller falscher Überzeugung mit einer falschen Idee an den Start. Weil ich immer glaubte, nur ich denke eventuell so. Deshalb könnte ich ja irren. Obwohl mein gesunder Menschenverstand mir etwas ganz anderes geraten hat. Das habe ich auch geäußert, dafür habe ich gekämpft. Nur mit dem immer wieder selben Ergebnis. Ab einem bestimmten Punkt fehlten mir die Waffen, die gewisse Habgier und die nötige Gewaltbereitschaft mich durch zu setzen. Somit gehörte ich letztlich zu denen, die lieber klein beigegeben haben. Wer mich kennt, weiß wenn ich von klein Beigeben rede, vorher eine Menge "Blood, Sweat and Tears" geflossen sind. Doch die Energie, die die Pyrrhossiege mir immer und immer wieder abverlangt haben, haben Spuren hinterlassen und ihren Tribut gefordert. Und zwar in eine Richtung, die ich nicht gedacht hätte.Ich lasse mit den Jahren von dem Unveränderbaren zunehmend ab und bewege mich mehr und mehr auf das Veränderbare zu. Mein Tag ist geprägt von einer Art asiatischer Kampfkunst. Ich versuche, der Energie zu folgen. Die negative Energie auf die Verursacher zurück zu werfen und sie sogar für mich zu nutzen. Der Sinn für die Konfrontation ist mir immer mehr abhanden gekommen. Ein Freud nannte es mal das "Konzept der totalen Güte". Es gelingt mir - ehrlich gesagt - noch nicht wirklich gut, aber ständig besser.Was ich erkenne, wenn ich auf diesem Lebensweg meinen Blick mal vom Boden in Richtung Horizont richte: Oh mein Gott! Was für Veränderungen da noch auf mich zu kommen, anstehen und unvermeidlich sein werden.Mein Ringen darum, dass die besser Idee gewinnt, ist nicht verloren. Es beginnt jetzt erst richtig. Aber der Weg dahin ist ein anderer. Ein ganz anderer. Man muss aufhören, Kompromisse zu machen und Konsens zu suchen, wenn man weiß, was besser wäre. Mit allen Folgen und Konsequenzen. Und man muss aufhören, vorab Anerkennung und Bewunderer für die eigenen Ideen zu suchen. Und man muss aufhören, zu glauben, dass da draußen irgendjemand wirkliches Interesse an deiner eigenen Idee hat. Man muss aufhören, sich höflich schlechte Ideen anzuhören. Man muss anfangen, die guten Ideen konstant und konsequent zu verfolgen. Man muss klar sein. Man muss das machen, was man weiß. Und wenn man es nicht genau weiß, dann das, was man glaubt. Oder man hat so etwas wie Menschen mit ähnlicher Haltung um sich, die so ticken wie man selbst. Denn es ist scheißegal, wer eine Idee hat, Hauptsache sie ist gut und dann: Machen!Denn eins zeigt sich, der Großteil der Menschen will nur in die Position oder in die Situation kommen, seine eigenen Ideen durch zu drücken. Oder sich an den Ideen anderer selbst zu bereichern. Mit allen Mitteln. Das ist gut, zu wissen. Aber es hat lange gedauert. Gott bin ich naiv und blöde gewesen. Egal, jetzt weiß ich es ein gutes Stück besser. Und hoffe, es bringt mich ebenso weiter.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:43

Freitag, 10. August 2007

Butterberge

Zum Ende dieses schönen Julis hat die Milchwirtschaft ihre Preise in Deutschland auf breiter Front erhöht. Butter wurde um über 50% teurer, Milch um über 30% und Quark um über 20%. Das ist jetzt nichts Überraschendes. Überraschend finde ich eher die Begründungen. Das hängt mit der Dürre in Australien zusammen, dem Wachstum in China, also grob mit der Globalisierung. Bis vor kurzem war es noch so: Die deutschen Bauern haben mehr Milch produziert als sie verkaufen konnten. Dadurch sind die Preise gefallen. Deshalb hat der Staat die Mich subventioniert, also mit deinem und meinem Steuergeld hat er dem Bauern für jeden Liter Milch noch mal das gleiche bezahlt, was der Markt bezahlt hat. Damit der Bauer leben kann. Da hat sich der Bauer gefreut und gleich noch mehr Milch produziert, weil ihm deine und meine Steuergelder gut gefallen haben. Leider gab es jetzt noch mehr Milch, die keiner kaufen wollte und so hat die EU die Milch gesammelt und dann weg geschüttet. Gleich neben den Butterberg, der auch da war, weil niemand die viele subventionierte Butter brauchen konnte. So kennen wir die Geschichte. Das war die Europäische Union. Gute alte Zeit. Doch was ist heute passiert? Warum steigen heute die Preise in Deutschland? Also, das ist so: In Australien regnet es ziemlich selten, zur Zeit aber gar nicht. Deswegen verdursten dort die Kühe und geben keine Milch mehr. Gleichzeitig werden aber die Chinesen immer mehr und verdienen immer mehr Geld, weil sie die ganzen schönen Sachen aus dem Westen inzwischen alle nachbauen können, nur viel billiger. Und in Deutschland ist derzeit gerade Geiz geil. Außerdem gibt es in China jetzt auch das schöne amerikanische Fernsehen und die bunten Werbespots. Deswegen wollen die Chinesen jetzt nicht nur reich sein, sondern auch cool. Und cool ist es aktuell in China, Milch zu trinken. Also kaufen die Chinesen überall Milch ein. In Argentinien, in Australien gibt es ja keine, also auch in Europa.Weil jetzt der Almbauer Beni auch das schöne bunte Fernsehen sieht, sieht er auch, dass die Chinesen ganz viel Milch trinken wollen. Also verkauft er jetzt seine gute Bergbauernmilch von der preisgekrönten Resi nicht mehr an den Herrn Müller, weil der sowieso immer zu wenig dafür bezahlt hat, sondern er verkauft die jetzt nach China. Die zahlen noch mehr als der Herr Müller und du und ich mit unseren Subventionen zusammen. Das macht der Beni online. Denn der Almbauer Beni ist natürlich nicht mehr von gestern. Satellit, ist klar. Jetzt kann die EU keine Milch mehr wegschütten, weil wir gar keine Milch mehr bekommen. Und weil wir keine Milch mehr bekommen, kann der Herr Tengelmann endlich die Preise dafür anheben. Und der Herr ALDI und der Herr Lidl und wie sie alle heißen. Überall kostet seit heute die Milch nicht mehr 0,49 Euro, sondern 0,65 Euro. Das haben sie aber nicht abgesprochen zusammen. Das ist Zufall. Genauso wie beim Herrn Shell und dem Herrn Aral. Aber das ist ja eine andere Geschichte.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Human Marketing um 07:37

Dienstag, 7. August 2007

myWhitelist geht jetzt online: Der myWhitelist Day – 08.08.07 ab 08:08 Uhr

Die Testphase ist vorüber, das erste rein emotionale Online Business Empfehlungstool www.myWhitelist.de will, dass die Richtigen die Richtigen suchen und finden können. Somit steht myWhitelist auf einer völlig anderen und neuen Seite der Internet Communities. Basieren alle bestehenden Community-Konzepte noch auf den Strukturen, Zielen, Businessmodellen und Werten der klassischen, ökonomischen Offline-Gedankenwelt. Auch diejenigen, die vorgeben, etwas anderes im Sinn zu führen. So ist myWhitelist durch und durch von der anderen Seite durchdacht und gemacht. Einen großen Schritt weiter als Web 2.0.Suchmaschinen der alten Generation zeigen, wie schnell sie wie viel auflisten können. myWhitelist wird nur qualifizieren. Menschen und Unternehmen. Somit kann das Ergebnis einer myWhitelist Suche auch schon mal nur eine sein, aber dass ist dann der Richtige. Was will man mehr?myWhitelist.de hat sich zum Ziel gesetzt, nur zu qualifizieren und nicht zu quantifizieren. myWhitelist.de wird gedanklich und geistig „Open Source“ sein und kein abgeschlossenes Netzwerk mit negativen Hierarchieeffekten. Jeder kann es im Sinne der Zielsetzung verbessern, kann sich beteiligen.Somit wird das Verständnis einem nicht geringen Teil bis auf weiteres verborgen bleiben. Aber die Zustimmung auf der passenden, richtigen Seite wird dafür umso größer sein.Denn alle numerischen und materiellen Werte, alles Bewerten und Bemessen hat hier endlich sein Ende gefunden. Alles das, woran sich die klassische Ökonomie orientiert, festhält, bemisst und bewertet, findet hier nicht statt. Sondern hier zählt wieder das, was uns am nächsten ist - unser Bauchgefühl. Unsere Intuition. Und die irrt bekanntlich über 80% weniger, als alle Entscheidungen die man versucht, logisch her zu leiten. myWhitelist beruft sich auf einen einfachen Gedanken, der so alt ist wie die Menschheit selbst. Was zugleich aber das höchste menschliche Gut darstellt. Empfehlen und empfohlen werden. Was ist glaubwürdiger, hilfreicher, schneller, besser und vertrauensvoller als die Empfehlung? Diese wirkungsvollste aller Neukundengewinnungsideen ist völlig verschütt gegangen in dem Gerangel und Gedränge um die numerischen Werte. Die Nummer 1 in Deutschland. Die größte Agentur der Welt. Alles das bleibt innerhalb von myWhitelist wirkungslos. Das ist der sinnvolle Weg zurück vom Geschäftspartner zum Geschäftsfreund. Die Macher und Mitmacher realisieren somit das erste altruistische –Open Source Business Netzwerk. Das von allen für alle gemacht ist. Das bis Ende des Jahres auch in vielen anderen Ländern umgesetzt sein wird. Und regelmäßig mit Neuerungen aufwarten wird.Schon jetzt innerhalb von vier Wochen Testphase hat sich viel verändert und viel getan. Und es wird noch viel mehr passieren. Denn diese Idee beginnt zu fliegen. www.myWhitelist.dec/o note ideen management GmbHChristof HintzeBavariaring 1580336 MünchenProfil myWhitelist: Christof HintzeMail: c.hintze [at] note-i.deWeb: http://www.mywhitelist.dePresse Deutschland:Dr. Frauke WeberProfil auf myWhitelist: Dr. Frauke WeberPresse Österreich:Margit PicherProfil myWhitelist: Margit Picher

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 16:57

Montag, 6. August 2007

Business-Prinzip: Stalaktiten und Stalagmiten

Sie werden sich treffen. Die Frage ist nur: Wann und wo ?Eine Begegnung aus meiner Kindheit in der größten Tropfsteinhöhle Europas, sie lag natürlich in Frankreich. Obwohl das Attribut „ Größten“ tragen neben Frankreich noch ca. 25 weiter Länder in allem dem man touristisch begegnen kann, ganz selbstverständlich und beiläufig. Somit darf man dieser Formulierung nicht zuviel Aufmerksamkeit beisteuern. Jedenfalls begegnet man in einer solchen Tropfsteinhöhle zwei Phänomenen, die da heißen: Stalaktiten und Stalagmiten.Das sind Kalksteingebilde, die aussehen wie Eiszapfen nur eben aus Stein, die dadurch entstehen das Wasser von der Höhlendecke tropft. Somit entsteht an der Decke einer der beiden und am Boden da wo der Tropfe aufschlägt wiederum der andere. Welcher von beiden jetzt wie heißt ist mir nach 30 Jahren entgangen.Der Wassertropfe an der Decke nimmt winzige Partikel Kalkgestein mit sich. Ein Bruchteil bleibt an der Decke und verlängert so in mühevoller, langwieriger, schier endlos dauernder Kleinstarbiet den Zapfen, der von oben nach unten ragt. Immer länger und dicker und immer länger und dicker. Derselbe Wassertropfen, der von der Decker herab fällt, nimmt wiederum ein Bruchteil von Kalksandsteinpartikel mit sich in die Tiefe. Bis hin zum Boden. Wo er diese winzigen Partikel auftürmt. Und mehr und mehr auftürmt, was dicker und höher wird. Dadurch das sich die Haltung beider, der Stalaktiten und Stalagmiten nicht verändert, im Laufe von so ein paar tausend Jahren, in so einer kalten, tiefen und dunklen Höhle. Kommen diese beiden sich auf Grund genau dieser Haltung näher und näher. Diese völlig in sich übereinstimmende Haltung dieser Stalaktiten und Stalagmiten führt unweigerlich dazu, dass sie eines Tages sich treffen werden. Eine Verbindung herstellen werden. Und diese führt zu einer immer fester werdenden Verbundenheit. Die zu dem immer tragfähiger wird. Zu einer Säule. Einer großen, schweren, imposanten, gemeinsamen dicken Säule. Die so aussieht, als ob sie die ganze Höhle tragen würde. Die größte Europas. Wie der Franzose behauptet. Bei der Entwicklung von myWhitelist, kam mir dieses Bild wieder vor Augen. Wie lange eine Entwicklung dauern kann. Wie viel Geduld man mit sich bringen muss. Aber auch das beruhigende Gefühl, da wächst eventuell zusammen, was zusammen gehört. Nebenbei bemerkt, die meisten Stalaktiten und Stalagmiten treffen sich leider nicht so wie beschrieben. Denn oft brechen die oberen der beiden unter der Last einfach ab und zerstören dabei den unteren gleich mit. Aber mal ehrlich wer will das wissen? Shit happens und das auch am Größten, überall auf der Welt. Sogar in Frankreich, steht nur nirgends dran und drauf. Warum auch? So viel Schilder kann doch keiner Aufstellen. Und wer soll die alle lesen?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

Freitag, 3. August 2007

Deutschland auf der großen Online Suche

Das ZEITmagazin Nr 32. vom 2.August 2007 hat eine Deutschlandkarte veröffentlicht, die darüber Auskunft gibt, welche Begriffe voranging und mehrheitlich in die "g" Suchmaschine eingegebenen werden. Interessant, interessant: Fangen wir mal im Süden an:
München: Karriere, Profit, Sport und Freude
Augsburg: Seitensprung und Leidenschaft
Kempten: Dummheit und Sünde
Ulm: Kuss
Freiburg: Abenteuer, Weisheit und Stille
Karlsruhe: Effizienz
Regensburg: Schönheit und Nostalgie
Nürnberg: Unschuld
Bayreuth: Einsamkeit
Heidelberg: Leiden und Stress
Kaiserslautern: Humor
Trier: Vertrauen und Vergnügen
Würzburg: Genuss
Mainz: Zorn
Gießen: Angst und Hoffnung
Fulda: Rausch
Erfurt: Drogen
Chemnitz: Fortschritt und Reichtum
Siegen: Lesen und Intelligenz
Bonn: Sicherheit
Aachen: Gier
Dresden: Flirt und Spannung
Leipzig: Gerechtigkeit
Halle: Geiz
Göttingen: Treue
Kassel: Rache und Schicksal
Magdeburg: Gesundheit
Braunschweig: Lüge
Hannover: Ruhe
Bielefeld: Lachen und Glück
Osnabrück: Liebe, Freiheit und Sex
Berlin: Kultur, Faulheit, Heimat, Frieden, Vernunft, Melancholie
Leer: Eifersucht und Geld
Hamburg: Lust, Arroganz, Spaß und Hass
Rostock: Arbeit
Kiel: Mord und Familie
Nun sag einer, dass diese Aussagen nicht bezeichnend wären. Aus geisteswissenschaftlicher, kommunikativer Sicht ist vor allem sehr interessant, dass der Rezipient ja in der Regel sein Problem benennt und nicht die Lösung. Wer laut von Freiheit redet, hat in der Regel ein Problem im Umgang mit Freiheit. Das, was man sagt, ist nicht das, was man meint. Sondern in der Regel muss man das spiegelbildlich sehen. Um hinter das Geheimnis des eigentlich gesagten zu kommen. Wenn Rostock über Arbeit redet, dann nicht weil diese so toll, so viel und so wunderbar ist, sonder weil nicht vorhanden. Somit relativiert sich auch Osnabrück, das ja nach dem deutschen Ibiza klingt. Und auch München spricht offen über seine Probleme. Interessant, interessant.
Kaiserslautern, dass ich nicht lache. Erfurt, Erfurt. Heidelberg und Walkenhorst, das konnte ja nicht gut gehen. Berlin, Stadt der Vernunft, ich brüll mich weg. Chemnitz das Silicon Valley Deutschlands? Kempten,

was soll man dem hinzufügen? Nürnberg, den Schatten der Geschichte noch im Nacken und so weiter und so weiter...

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 08:22

Mittwoch, 1. August 2007

Wolfgang Maier

Das Internet ist gemein wenn man Wolfgang Maier heißt. Gelesen und geschrieben auf dem myWhitelist Blog. So scheint es von großem Vorteil wenn man z.B. Thomas Eberwein heißt. Liebe Eltern, also denkt dran Suchmaschinenfreundliche Namen für die Kleinen. Die Zukunft ist nun mal Online. Wer will da noch Klaus heißen oder Müller, Meier, Schmidt, oder Hinz und Kunz?Wie wäre es mit Potrakopitsch, Klatschub, Chrutschie, Woldosta... (Ist irgendwie auch eine neue Geschäftsidee - oder?)

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 16:07

Dienstag, 31. Juli 2007

berlin, berlin

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:57

Was für ein Unterschied

Vor etwa sechs Wochen trieb ich mich einige Zeit in einem Forum herum (Fängt mit X an und ING auf). Die Kräfte, die dort wirken, sind so etwas von negativ, dass es mir fast die ganze Energie geraubt hätte. Zudem beansprucht es einen Aufwand, der in keinem Verhältnis steht. Man kann keine Ergebnisse erzielen. Viel zu viel kostbare Zeit geht da drauf. Die man problemlos sinnvoller nutzen kann. Man gerät da in etwas rein, in das man eigentlich nicht hinein geraten wollte. Wie in eine Falle. Plötzlich wird man von allen Seiten angegriffen für Dinge, die eigentlich keine Angriffsfläche bieten. Man soll sich verteidigen für Dinge, die einer Verteidigung nicht bedürfen. Aber wer sich verantwortlich fühlt und verantwortlich zeigt in seinem Leben, ist plötzlich mitten drin in der Schlacht um Eitelkeit, Neid, Überlegenheit, Durchsetzungskraft und Positionskämpfe. Es geht nie um die Sache, oder eine Sache. Es geht um alles andere. Alles, was mich in meinem Leben überhaupt nicht interessiert. Da werden Vorwürfe gegen Menschen formuliert, ohne jegliche Grundlage. Das Spiegelbild der Fehlbarkeiten, Schwächen, Versäumnisse und aller anderen negativen Eigenschaften anderer Menschen wird auf einen selbst projeziert. Das wird schnell zur Manie, zur Sucht. Obwohl man spürt, dass es einem nicht gut tut. Man denkt, man muss sich verteidigen, klar stellen und antworten. Wenn man so viele Interessen hat wie ich. Und der Stellenwert von so vielen anderen Aspekten meines Lebens weit vor einer solchen Beschäftigung steht, dann muss jemand wie ich da schnell wieder raus. Atmen. Durchatmen. Ausatmen. Den Kopf wieder frei bekommen. Andere haben Ihren Spaß daran, alles zu zerlegen, zu torpedieren, zu kritisieren, zu dominieren. Schuld zu suchen. Schuldige zu finden. Es gibt ihnen offensichtlich ein Gefühl der Überlegenheit, das ihnen im wirklichen Leben nicht zu Teil wird. Wie auch immer. Ich habe mein Engagement auf ein Minimum reduziert. Aus gutem Grund. Sehr gutem.Das 100%tige Gegenteil begegnet mir bei myWhitelist. Es bringt mir so viel positive Energie. So viele Ideen. So viele schöne Momente. So viele tolle Menschen. Und alle sind konstruktiv. Kritik nur zur Verbesserung. Zur Veränderung zum Guten. Nicht nur, um seine Idee durchzudrücken. Nicht dieses Dominieren über andere. Das Miteinander wird dort gelebt. Ebenso wie das Mitdenken und Mitmachen. Ich kann nur hoffen, dass dies so bleibt. Und dass Alle daran mitwirken, dass dies so bleibt.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:19

Montag, 30. Juli 2007

Die große Schule der produktiven Ignoranz

Zu viel. Und es wird immer mehr. Wer es Heute zu etwas bringen will. Oder nur ein gutes Stück vorankommen will. Der muss sofort und umgehend aufhören auf irgendetwas anderes zu hören, als auf sich. Der muss anfangen sich Räume und Zeiten zu schaffen. Wo er nur mit sich und der Sache beschäftig ist. Das Abschalten, ausmachen, weglassen – die große Schule des ignorierens – ist die einzige Chance gut aus allem heraus zu kommen.Die ungeteilte Aufmerksamkeit auf eine einzige Sache gerichtet, ist die einzige Möglichkeit dass man mit dem Ergebnis zufrieden ist. Multitasking ist nicht nur Out und macht Krank, sondern wir können es nicht. Wenn Du Fleisch auf dem Grill hast. Dann grille. Sonst nichts. Lass dich nicht vom Grill wegbringen. Denn wenn es knochentrocken, schwarz und Bretthart wird, bist du schuld. Mach das Handy aus. Leite das Telefon um. Mach den Rechner aus. Lese nichts. Schaue kein Fernsehen. Lass das Radio aus. Leg die Post zur Seite. Öffne den Briefkasten erst Morgen früh. Keine Meetings. Kein Gequatsche. Keine Ablenkung. Nichts. Nur du und dein nächstes Ziel. Wer das hinbekommt. Dem gehört die Zukunft. Die Frage ist nur noch welche?

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 10:17

Gesundheit!

Es gibt ein Geheimnis erfolgreicher Unternehmen, das ich an dieser Stelle unentgeltlich und öffentlich zugänglich mache! Ein Geheimnis, das jeder sofort umsetzen kann und das sofortige Umsatzsteigerungen bringt. Ein Geheimnis das nur wenige Eingeweihte wirklich anwenden: „Loben Sie Mitarbeiter, wenn sie etwas gut gemacht haben!“Was, das soll alles sein? - Halt, bevor Sie anfangen, Stäbe zu brechen! Wie alle großen Einsichten klingt das ganz einfach, ist in der Praxis wahnsinnig schwer. Setzt es doch voraus, dass man es wirklich ernst meint. Dass man am Mitmenschen und Mitarbeiter echt interessiert ist. Sonst wird es kontraproduktiv. Gelernt haben wir das nicht.Der neue Gesundheitsreport 2007 der Barmer Ersatzkasse greift genau dieses Thema auf und kommt zu folgendem Fazit: Die Fehltage in Unternehmen hängen sehr stark von der Führungskompetenz der Vorgesetzten ab. „Insbesondere das Führungsverhalten beeinflusst maßgeblich das Wohlbefinden und damit die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Führungskräfte erzeugen durch ihr Verhalten - bewusst oder unbewusst - bestimmte Befindlichkeiten wie z.B. Motivation oder aber Resignation. Letztlich entscheidet der Führungsstil darüber, ob ein Klima des Vertrauens und gegenseitiger Unterstützung oder des Misstrauens und der Rivalität entsteht. Eine gemeinsame Führungskultur bedarf verbindlicher Leitlinien, die gelebt werden.“In München sagt man, wenn der Einheimische nicht laut grantelt, fühlt er sich wohl. In deutschen Firmen glaubt man überwiegend, sagt der Chef nichts, wäre das Lob genug. Doch es gilt, was die Süddeutsche Zeitung in einer Meldung vom 30.06.07 resümiert, „dass nämlich eine Atmosphäre der Anerkennung stärker zur Verbesserung der Arbeitsleistungen beiträgt als Beförderungen und Gehaltserhöhungen.“Was ein soziales Gefüge wie eine Firma entscheidend voran bringt, ist eine Kultur des Respekts. Ein Umgang miteinander, der von Wohlwollen und Vertrauen gekennzeichnet ist. Eine freundliche Erwartungshaltung dem Mitarbeiter gegenüber.Es ist so einfach: Hören Sie dem nächsten Menschen zu, der Ihnen etwas erzählt. Hören Sie nur zu! Antworten Sie nicht! Bleiben Sie ganz bei dem anderen! Geben Sie ihm Feedback durch Aufmerksamkeit, ein freundliches Gesicht, lächeln Sie oder nicken Sie, aber sagen Sie nichts. Überlegen Sie einfach, was der andere gerade gesagt hat.Na, glauben Sie immer noch, es sei leicht? Aber so fängt es an: Hören Sie zu! Sollte Ihnen dabei auffallen, dass Ihr Gegenüber etwas gut gemacht hat, dann sagen Sie es. Das ist allerdings bereits Schritt Nummer zwei. Den besprechen wir dann in einer weiteren Folge.Ich finde es toll, wie aufmerksam Sie mir bis hierher gefolgt sind. Vielen Dank dafür.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Human Marketing um 09:55

Freitag, 27. Juli 2007

Serengeti

In jedem Gespräch lässt sich eins feststellen. Die subjektive Wahrnehmung der gerade ablaufenden Wirklichkeit ist nicht homogen. Sensationell dabei finde ich, dass trotzdem so etwas wie ein Dialog zustande kommt. Obwohl wir auch das vermutlich nur annehmen. Wie komme ich darauf? Mir fiel gerade eine Geschichte ein, die ich früher einmal irgendwo gelesen habe. Ein Safaribus voller Touristen fährt in der Serengeti an den verschiedensten Tieren vorbei. Wie die Wilden hängen alle Reisenden an den Fenstern, ihre verschieden teuren Kameras vorm Gesicht und fotografieren unaufhörlich. Nur ein Mann sitzt still und unbewegt am Fenster und schaut hinaus. Nach einer Weile bemerkt das sein Sitznachbar und fragt ihn: „Sagen Sie einmal. Warum fotografieren Sie denn nicht?“ Der Mann antwortet: „Ich seh’s mir gleich hier an.“Ich denke, so kann man sich an die Begriffe ‚Wirklichkeit und Wahrnehmung, Erinnerung und Persönlichkeit’ ganz gut annähern. Wenn wir die Wirklichkeit mal definieren als die Szenerie in der Serengeti: Mehrere Affenbrotbäume und Schirmtannen, einiges Gebüsch und verschiedenste Tiere malerisch in der Steppe verteilt. Es ist Tag, die Sonne steht hoch und wirft starke Schatten, in denen Löwen dösen. In der Ferne ziehen einige Giraffen.Dazu - ganz nebenbei - eine Frage aus dem Zen: Existiert diese Szenerie auch ohne Beobachter? Doch wir haben ja unsere Touristen. Fotografieren sie, sind sie bereits mit einer doppelten Meta-Wirklichkeit befasst. Alle Sinneseindrücke werden im Gehirn gesammelt, bewertet und interpretiert. Das ist Filter Nummer 1. Filter Nummer 2 ist dann die Kamera, die das bereits interpretierte Geschehen abbildet. Wird sich später das Foto angeschaut, befinden wir uns in Meta-Ebene 3. Sprechen anschließend zwei Touristen anhand der entwickelten Fotos über ihre gemeinsame Reise und die oben beschrieben Szenerie, kommen Ebene 4, 5 und 6 dazu. Wie wirklich ist jetzt noch die Wirklichkeit? Der Tourist, der nicht fotografierte, müsste der Realität um drei Ebenen näher sein, wenn man so will.Wohl gemerkt, ich spreche über einen Ausschnitt gemeinsam erlebten Geschehens. Um wieviel schwieriger wird die Verständigung, wenn wir uns über ein abstraktes oder ideelles Thema unterhalten wollen? Wobei dieses Thema auch noch individuell interpretierbar sein dürfte, wie es ja meistens passiert. Ein Beispiel: Ist Provokation ein geeignetes Mittel der Werbung? - Sind Sie noch bei mir?Wenn ich diese täglichen Diskussionen, in denen es um eigene Standpunkte und deren Wichtigkeit geht und die über mehrere Meta-Ebenen ablaufen, so verfolge, frage ich mich manchmal: Meint Ihr das alle ernst oder ahnt Ihr wenigstens, welcher Irrsinn da gerade abläuft? Interessiert Sie meine Meinung dazu? Ich fürchte, nein!

Geschrieben von Kai Falkenberg in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 10:23

Der Fluch der Lösungs-Rucksäcke

Jede Lösung bringt offensichtlich im Rucksack ein bis einige neue Probleme mit sich. Die Unvollkommenheit wird vor allem dadurch deutlich, dass sie unübersehbar der Natur weit unterlegen ist.Obwohl der Mensch ein Produkt der Natur ist, ist er das unnatürlichste Produkt auf diesem blauen Planeten. Er ist der Stümper in diesem System. Fast alle seiner Errungenschaften lösen neue Nebenwirkungen aus.Die Natur ohne Mensch wäre zwar menschenleer, aber nicht auf dem Weg zu unterschiedlichsten Abgründen.Auch im Business kann man dieses menschlichste allen Verhaltens sehr gut miterleben und beobachten. Der Stümper. Der über die Jahre hinweg alles besser zu wissen scheint und vieles bis alles total falsch macht. Und mit dem Zeitpunkt, wo er etwas richtig machen könnte, er nicht mehr weiß, wo er überhaupt anfangen soll.Wir sind Endlosschleifen unserer eigenen Fehlbarkeit. Nur, unsere Fehler haben den Vorteil, dass diese in voller Blüte und Auswirkung in der Regel erst zur Entfaltung kommen, wenn der Verursacher nicht mehr ausfindig gemacht werden kann.Die größte Nicht-Qualität des Menschen liegt in seiner Begabung, sich selbst unglaubliche Probleme zu schaffen. Immer wieder neue und andere. Die Summe der erschaffenden Probleme lässt die Lösungen auf die Größe einer Erbse schrumpfen.Ich bin beeindruckt. Wer will noch mal, wer hat noch nicht? Eins mehr oder weniger, das fällt nicht auf.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 10:22

Donnerstag, 26. Juli 2007

myWhitelist: Nähkästchengeplauder

Seit 7.7.07 gibt es My Whitelist im Netz. Eine Idee, die binnen 14 Tagen umgesetzt wurde. Steht jetzt im Netz. In der Betaphase. Nur noch bis 8.8.07. Dann gibt es eine runderneuerte Version. Total runderneuert. Härter an der Idee. Kompakter in der Umsetzung. Direkter in der Positionierung. Wie das geht?Ja, wie geht so was? Normalerweise vergehen von der Idee bis zur Umsetzung viele Monate. Dann wird noch länger diskutiert und dann folgt die Betaphase. Wie ist es hier? Christof hat die Idee formuliert, Andreas hat sie umgesetzt. Eine Handvoll Leute waren von Anfang an in der Planung dabei. Dann kam der Start. Am 7.7. Seitdem haben sich ganz freiwillig, ohne Regeln, ohne Palaver, ohne Bezahlung und ohne jeden Stress 18 Projektgruppen gebildet, die My Whitelist während der laufenden Betaphase weiter entwickeln, verbessern und optimieren.Ohne Stundenplan, ohne Projektplan, ohne Gelaber. Einfach Tun! Hier gilt einer meiner Lieblingssätze: „Es gibt keinen Weg, er kommt beim Gehen.“Ein Beispiel? Christof wünschte sich kürzlich die Möglichkeit, eine Übersicht über alle 18 Projektgruppen zu haben, damit alle Beteiligten über die einzelnen Fortschritte Bescheid wissen. Wie lange dauert so etwas in der Umsetzung? 3 Stunden 34 Minuten! Richtig.Jetzt habe ich leider keine Zeit mehr, ich muss zurück auf meine Baustellen. Aber seid gespannt auf den 8.8. Ich bin sicher, hier erblickt ein Baby das Licht der Welt, das die Welt genau so gebraucht hat.Warum ich das weiß? Die Zahl der Neinsager und Bedenkenträger hat täglich kontinuierlich zugenommen. Was natürlich auch heißt, wir haben täglich neue und bemerkenswerte Menschen kennen gelernt.

Geschrieben von Kai Falkenberg in myWhitelist um 08:50

Dienstag, 24. Juli 2007

Preview

Also, da hatte Christof diese Idee. Ein Empfehlungstool für Leute, die man mag, oder so. Das Gegenteil einer „Schwarzen Liste“ quasi. Wirklich klar ist das vermutlich den Wenigsten, die erstmals davon hören. Stelle ich jedenfalls fest, wenn ich mich - ganz behutsam - in meinem Umfeld umhöre.Was ist das? Ein Empfehlungstool? Das gibt es doch schon dutzendfach. Was soll denn das bringen? Dafür habe ich keine Zeit. Völlig uninteressant!Und dann gibt es einige wenige, die davon hören und sagen: „Warum gibt es das erst jetzt? Das ist genau das, was ich mir schon immer vorgestellt habe.“ Für diese Idee ist die Zeit aber schon so was von reif.Jetzt steht also seit fast 3 Wochen „MyWhitelist“ im Netz. Eine Idee, die zunächst trennt und die dadurch verbindet. Entweder bringt sie bei jemandem eine Seite zum Klingen oder die Schallwellen verschwinden im Nirwana.Wie ich „MyWhitelist“ verstehe, werde ich die neue Plattform nutzen, um auch beruflich mehr Menschen kennen zu lernen, mit denen ich mich vielleicht auch privat gut verstehen würde. Wo mich interessierende Themen auch wirklich von verschiedenen Seiten beleuchtet werden, nicht zerredet. Und wo zunächst der Wohlfühlgedanke im Vordergrund steht, nicht der pekuniäre.Wobei das eine das andere überhaupt nicht ausschließt, sondern im Gegenteil nach vorne bringt. Aber das wäre wieder eine andere Geschichte.Ich bin auf jeden Fall froh, dass „MyWhitelist“ in den Startlöchern ist. Jetzt liegt es an allen, die sich daran beteiligen, ihr Denken auch einzubringen und eine Idee zu verfolgen, die sich mehr und mehr Raum brechen wird.Erinnern möchte ich allerdings auch daran, dass erst Geduld aus einem Korn eine Kanne Bier macht. In diesem Sinne, Prost!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Paradigmenwechsel um 08:50

Sonntag, 22. Juli 2007

kunstakademie muenchen, jahresausstellung 2007

Geschrieben von Peter von Felbert in Fotografie, Bilder, Grafiken um 23:07

Samstag, 21. Juli 2007

Tag 13 & 14. My Whitelist - Was bisher geschah...

1. Die Geburt der Idee.2. Die ersten Gehversuche - Die Beta-User Phase.3. Die 200 Online Testpiloten.4. Die Richtigen finden zueinander - Die myMannschaft5. Die Idee nimmt immer mehr Formen und Konturen an6. Die ersten oder letzten Bedenken verflüchtigen sich 7. Die Fragen und die Antworten8. Die Tour durch die Idee - In 5 Klicks macht es klick. 9. Die Theorie des fünften Elements - Der Emotion

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 08:43

Freitag, 20. Juli 2007

Tag 12: myWhitelist – Das fünfte Element

Für das klassische Marketing gab es vier Elemente. Das Produkt. Den Preis. Den Vertrieb. Und die Kommunikation. Mit myWhitelist möchte ich gerne ein fünftes Element hinzufügen. All diese Elemente stehen in Beziehung zueinander. Die Qualität jedes Einzelnen gibt Aufschluss über die wünschenswerte Wirkung. Das fünfte Element heißt: Emotion. Damit meine ich nicht die Emotion, die ein Produkt ausstrahlen kann. Sondern die Emotion, die Menschen miteinander verbindet. Emotion, die eine starke Verbundenheit herstellt. So stark, dass diese über vieles erhaben ist. Die gehalten wird von Verantwortungsgefühl und Vertrauen. Eine Verbundenheit, die viel mehr im Kopf gefühlt wird, als das man sie logisch erklären kann.Chemie, würden die einen sagen. Freundschaft die anderen. Ich nenne den Mix aus beiden Verbundenheit. Dieses fünfte Marketinginstrument kann man bewusst einsetzen, um Kunden für sich zu gewinnen. Und zwar die richtigen. Um Kunden zu binden. Und zwar die richtigen. In dem man so viel mehr von sich selbst preisgibt, dass der Richtige einen erkennen kann. Die Dosierung dabei ist wichtig. Nicht zu viel und nicht zu wenig. Viel von und über sich preisgeben, muss nicht der richtige Schlüssel sein. Ebenso wenig wie, wenig von sich preiszugeben. Man muss genau das von sich preisgeben, was diese Verbundenheit herstellt. Das ist von Mensch zu Mensch unterschiedlich. Somit muss man sich fragen, auf welchen Füßen soll die Verbundenheit zu möglichen neuen Kunden stehen? Und dabei müssen Sie die klassischen vier Marketinggesetzmäßigkeiten außer Acht lassen. Die größte Wirkung geht von Ihrer persönlichen Haltung aus. Diese müssen Sie zum Ausdruck bringen. Ich bitte, dieses fünfte Element als ein weiteres zu betrachten. Als Ergänzung. Weil die anderen vier zunehmend an Wirkung verlieren. Wer dabei nicht tatenlos zusehen will, sondern zur Wahrung seiner wirtschaftlichen Existenz etwas unternehmen will. Der kann einen Anfang machen. Jetzt sofort, bei myWhitelist. Fangen Sie an, das fünfte Element – die Emotion – ins Spiel zu bringen. Fangen Sie an, die Richtigen zu suchen. Und fangen Sie an damit, dass die Richtigen Sie finden können. Es könnte funktionieren. Dass Menschen mit gleicher Haltung über ihre jetzigen Kontaktgrenzen hinaus zueinander finden.

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 08:32

Donnerstag, 19. Juli 2007

Tag 11: myWhitelist – Von allen Seiten

Wenn man den Gipfel einer Idee erklommen hat, ist plötzlich der Blick frei für Dinge, die man nur geträumt hat. Die Lösung ist wie ein Schlüssel, der in das Schloss vieler Probleme passt. Nicht nur eine Tür öffnet sich, sondern immer mehr und mehr. Zuvor ist man noch besessen von seiner einen Idee, einem Gedanken, und plötzlich erlangt diese eine Leichtigkeit, eine Klarheit, die man ihr selbst nicht zugetraut hätte. Man durchschreitet viele Räume der Erkenntnis. Und erklimmt Etage um Etage.Ich weiß nicht, wie es war, als jemand den Fahrstuhl erfunden hat. Sicherlich war er einfach lauffaul und sagte sich: 7 Stockwerke zu Fuß, die spinnen wohl. Und er machte sich an die Arbeit und erfand den Fahrstuhl. Rückblickend ist es die wichtigste Erfindung in der Architektur der letzten 150 Jahre. Man stelle sich mal die ganzen Großstädte vor, die sähen ohne Fahrstühle ganz anders aus. Was für ein simpler Gedanke, mit welch fulminanter Auswirkung. Wenn man für jeden Fahrstuhl im Jahr nur einen Euro bekommen würde? Wahnsinn. Alles kommt zusammen. Alle kommen zusammen. Das ist wie ein Fluss, der durch die Bäche gespeist wird. Sein Tempo nimmt zu. Und er wird breiter und breiter.myWhitelist. Was machst du aus uns und mit uns? Ein kleiner Rundgang gefällig:Station 1: Aller Anfang ist hier mal leicht. Bitte lesen.Station 2: Die Richtigen kommen zusammen. Bitte schauen.Station 3: Den Ball zuspielen im Plenum. Bitte beteiligen.Station 4: Gute Nachrichten verbreiten sich schnell. Bitte staunen.Station 5: Gemeinsamkeiten gemeinsam machen. Bitte mitmachen.So leicht könnten die Richtigen schon bald geschäftlich zusammen finden. Und wissen Sie, wie? Mit Recht.

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 07:02

Mittwoch, 18. Juli 2007

Tag 10: myWhitelist – Wieso, weshalb, warum machst Du das?

... werde ich oft gefragt. Zumeist von Menschen, die sich die Seite noch nicht angesehen haben. Noch keine Zeit gefunden haben. Oder nur kurz mal drüber geflogen sind. Aber vorab wollen sie gern wissen, warum ich das mache. Für all diejenigen möchte ich antworten:Ich war es einfach leid, diesen Zustand zu akzeptieren. Und dachte mir: Einer muss es tun. Ich dreh mich um, nach links und nach rechts. Da war aber niemand. Also dachte ich mir: Ich muss jetzt anfangen – meine Welt zu verändern. Ich muss jetzt Mitstreiter, Mitdenker und Mitmacher finden. Wenn nicht jetzt, wann dann?(Jemand)Was soll das bringen?(Ich)Innere und anhaltende große Befriedigung, das Richtige getan zu haben und zu tun.(Jemand)Für wen machst du das?(Ich)Nur für mich. Um anderen zu helfen. (Jemand)Was erhoffst du dir davon?(Ich)Anerkennung, Freundschaft, Wertschöpfung, Respekt, Gemeinsamkeiten, Beliebtheit, Übereinstimmung, Bekanntheit, Bewunderung, Kommunikation und Erfolg auf der ganzen Linie, emotional und rational. Für alle, die dabei sind. (Jemand)Wie willst du das schaffen?(Ich)Ich bin weiß Gott nicht allein, da steht eine ganze Truppe von fantastischen Menschen um mich herum. Und es werden täglich mehr.(Jemand)Du brauchst Geld?(Ich)Wir haben etwas Besseres – Leidenschaft.(Jemand)Wo ist der Business-Case?(Ich)Warten wir es mal ab. Und wer braucht Geld, wenn er Freunde gewinnen kann? Also, viel Geld? (Jemand)Die Idee gibt es doch sicher schon?(Ich)Na und. Es ist Evolution. Es ist Innovation. Es geht um Erneuerung. Um Veränderung zum Besseren. Es gibt nichts, was man nicht besser machen könnte. Sogar myWhitelist selbst. Niemand behauptet dass wir das Rad neu erfunden haben. Das hat der Erfinder des Fahrrads übrigens auch nicht gemacht. Edison hat mal gesagt, dass er nichts erfunden hat, sondern einfach nur zu Ende gedacht. myWhitelist kann man ähnlich sehen.(Jemand)Wie wollt ihr die Entwicklung stemmen?(Ich)Let's cross that bridge when you come on it.(Jemand)Was wollt ihr machen, wenn ihr die kritische Masse überschreitet, also die Nähe der Idee plötzlich zu Distanz wird?(Ich)Das Problem haben wir gelöst. Diese Lösung kommt zum Einsatz, wenn wir den Punkt erreicht haben.(Jemand)Man munkelt, dass es nur eine Frage der Zeit ist, bis Investoren vor der Tür stehen?(Ich)Sie sollen klingeln. Egal, was passiert, im Mittelpunkt steht die Idee. Wer das akzeptiert, darf nicht nur klingeln sondern rein kommen. Die meisten Ideen sind an den Investoren gescheitert, sogar sehr gute. Mit Geld kann man keine Ideen kaufen. Aber Ideen bringen Geld, das verwechseln und verstehen die wenigsten. (Jemand)Was seid ihr eigentlich für eine Gesellschaftsform?(Ich)Das wird die Entwicklung mit sich bringen. Es kann alles und nichts werden. Wir werden die Form wählen, die dem Ziel am geeignetsten erscheint. Wir sind ja schon eine Gesellschaft, die auf den wichtigsten Tugenden und Regeln basiert: Vertrauen, Leidenschaft, Gemeinschaft, Kommunikation, gegenseitige Bewunderung und das Ziel einer gemeinsamen Wertschöpfung. Das Kürzel AG z.B. ist nicht im Stande, das zu leisten. (Jemand)Was haben die Mitglieder davon?(Ich)In erster Linie nichts. Denn sie empfehlen ja ganz uneigennützig andere. Somit wieder eventuell doch etwas, ich möchte es mit einem Zitat von keinem Geringeren als Goethe beschließen und belassen:Wer nichts für andere tut, tut nichts für sich.Danke. Bitte. Und jetzt würde ich jedem den Tipp geben, sich besser selbst ein Bild davon machen.

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 07:28

Dienstag, 17. Juli 2007

Tag 9: My Whitelist – Befürchtungen, Bedenken und Einwände

Wir haben uns vorgenommen, einen Waldkindergarten zu begründen. Das sind 14 Paar Eltern, für 17 Kinder. Die Euphorie am Anfang war groß. Und alle haben sich eingetragen in Listen. Denn wir machen alles selbst und alles zusammen. Wir fanden, das ist eine gute Idee, weil wir dadurch alle eine andere – bessere - Beziehung zu der Sache bekommen. Ein alter, großer Bauwagen wird von uns umgebaut zu einem tollen Waldkindergartengefährt. Ein Architekt hilft. Nun war Wochenende. Und ich war um 09.30 Uhr da. Eigentlich wollten wir nur bis Nachmittag arbeiten. Sogar mein Schwager, der nicht mal Kinder hat, ist mitgekommen.Wie viele der anderen Väter waren da und haben mit rein gehauen. Was glaubt ihr:A) 0B) 2C) 4D) 6E) 8F) 10G) 12H) 14Genau 4. Woher wisst ihr das alle? Ich ging wie immer von etwas anderem aus. Ich dachte 9 bis 11 würden sicher kommen. Die Euphorie war so groß. Aber dann. Wir waren Sonntag auch da. Weil sonst der ganze Plan kippen würde. Es waren 42 Grad in der Sonne. Einige haben sogar Samstag bis in die Nacht gearbeitet. Ich war Samstag wie Sonntag um 16.00 Uhr fix und fertig. Kurz vorm Sonnenstich. Dann saß ich Sonntagabend mit einem Glas eiskalten Weißbier im Schatten vor meiner kleinen Hütte und dachte so bei mir, ob dieses Schicksal „My Whitelist“ ebenso treffen würde? Und nach dem ersten Schluck, der sich wie ein kühler Gebirgsbach meine Kehle hinunter stürzte, den Kehlkopf kurz vereiste, sich über meine Lungenflügel wie eine tosende Welle ausbreitete bis sie an meinem Zwerchfell auslief, dachte ich so bei mir. Na und? Lieber mit vier Leuten den riesigen Spaß, denn wir hatten, als sich mit zehn Leuten herum ärgern müssen. Also: 28,5714285714 % werden völlig ausreichen. Die Frage ist nur aus welcher Grundgesamtheit?

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 11:03

Montag, 16. Juli 2007

Tag 8: My Whitelist - Aus der Mitte meiner Haltung entspringt eine Idee

Es könnte die Eine sein. Wie oft im Leben gibt nur die Eine. Wenn es gut läuft, vielleicht auch Zwei. Aber meist ist es die Eine. Die eine Frau, der eine Freund, die eine Berufung. Die eine Idee. Ob es die eine ist, weiß man leider nicht mit Bestimmtheit. Man fühlt etwas. Das etwas anders ist als sonst. Um dann gleich zu resümieren, Einbildung ist auch eine Bildung.Man hat das nicht gelernt, wenn das „Eine“ einen trifft, wie sich das anfühlt. Bei meiner Frau wusste ich das. Bei meinem besten Freund erst später. Und bei meiner eigentlichen Berufung bin ich mir bis heute nicht sicher. Aber jetzt ist dieses kolossale, andere Gefühl da. Es ist mir in der Form neu. Eine Idee, die aus der Mitte meiner Haltung entspringt. Keine Idee, die so oder so sein könnte. Keine Idee, die nicht mit mir zu tun hat. Die auf materiellen Vorteil aus ist. Sondern eine Idee, die gemacht werden muss. Das ist anders als sonst. Ganz anders.Mein soziales Herz, die Hoffung mit Freunden meinen Lebensweg zu beschreiten, dass das, was ich tue, im Einklang mit meiner Haltung ist, könnte nun Wirklichkeit werden. Nach 43 Jahren. Ein sehr guter Zeitpunkt. Der Beste. Wie schrecklich der Gedanke, wenn dieser Moment nie in mein Leben getreten wäre.Auf meinem Lebensweg bis hier hin habe ich viel mitgenommen, viel erleben können, dürfen und müssen. Die Spannbreite aus Tragik, Komödie bis hin zum Drama hat Spuren in meinen Erkenntnissen hinterlassen. Wenn man alles das zusammen nimmt. Und daraus eine Art Konzentrat machen würde. Es qualitativ verdichten bis es die Dichte eines Diamanten hätte, dann muss dem ein Gedanke entspringen. Der aus einem selbst kommt. Somit wird aus einem Jahre lang genährten, latenten Bedürfnis ein offener Bedarf. Der sich nach Befriedigung sehnt. Erst leise und dann immer lauter.Erst noch rücksichtvoll, dann immer bestimmender. Man muss dieses innere Bedürfnis nur erkennen können. Viele haben mit zu viel anderen Dingen zu tun. Die haben zu viel am Hut. Die Menge der Reize übertönt dieses innere Verlangen. Alles will bedient sein. Alles fordert seinen Tribut. Somit entgehen unserer Welt viele wunderbare Ideen. Weil wir diese nicht mehr wahrnehmen können. Wir sind zu einer Gesellschaft gereift, die ausschließlich darauf spezialisiert ist, zu kopieren. Die Innovation als die Erneuerung steht im Mittelpunkt. Bestehendes fortlaufend zu verbessern. Erfinden ist nur noch Silber, den Kupfern ist längst das wahre Gold. Dementsprechend sind auch die Strategien. Sie ähneln oft einer nicht enden wollenden Karaoke-Veranstaltung in Sachen Wirtschaft. Erfolgsrezepte werden immer und immer wieder, dabei immer schlechter interpretiert. Alle diese Eindrücke begleiten mich schon so lange. Und ebenso lange habe ich immer denselben Wunsch verfolgt. Mich in einem Umfeld bewegen zu dürfen, in dem Menschen mir gegenüber nur wohlgesonnen sind. Ebenso ticken. Dieselbe Haltung haben. Freunde. Ich wollte immer von Freunden umgeben sein. Im Kindergarten. In der Schule. In der Uni. Bis hin in die Arbeitswelt. Unter Freunden sein, ist für mich das Höchste. Denn Freunde sind durch weit mehr als das rein Irdische verbunden. Man ist moralisch miteinander verbunden. Diese Art der Verbundenheit, ist das Leben, in dem ich mich am wohlsten fühle. Der Umgang von Freunden mit Freunden spiegelt für mich die höchst mögliche menschliche Kultur wieder. Somit ist man seinem Lebensziel, dass da lautet, optimale Arbeits- und Lebensqualität zu verbinden und herzustellen, am nächsten. Denn was wäre schöner, als in einer Runde von Freunden zu verweilen?Diese Illusion wollte mir das Leben nehmen. Naiv war ich. Bei Geld höre die Freundschaft auf. Mit Freunden mache man keine Geschäfte und so weiter. Alles Binsenwahrheiten, die über all die Jahre auf mich niederprasselten und mich immer wieder davon abgehalten haben, das zu tun, was ich eigentlich wirklich wollte. Die Art, Emotionen zu zeigen und zu leben, mit und zwischen Menschen, die mir lieber wären. Ich habe es häufig sogar probiert, wieder und wieder, aber ich bin immer gescheitert. Aber ich scheitere zunehmend besser. Glaube ich. Und trete wieder an. Der mir näheren Definition von Freundschaft, die aus der griechischen Antike, wieder einmal Tribut zu zollen. Zu dieser Zeit war Freundschaft das beste und höchste Gütesiegel für eine Empfehlung. Man fragte bei den alten Griechen: Ist das auch ein Freund von Dir? Wenn man diese Frage mit „Ja“ beantwortet bekam, dann war alles klar. Keine Entscheidung wurde leichter getroffen, wenn der Empfohlene eine Freund war. Dann war alles klar. Diese Art von Freundschaft ist in der Moderne regelrecht bekämpft worden. Für die Mächtigen in unserer Welt ist Freundschaft seit 2000 Jahren eine üble Erscheinung. Denn Freundschaft ermöglicht eine Verbundenheit, die den Zielen der Mächtigen hinderlich sein könnte. Freundschaft wurde bekämpft und behindert. Kumpanei wirft man Freunden im Berufsleben heute vor. Mauscheleien. Freunde sind den Mächtigen suspekt. Das sind doch Freunde – hört man leider oft. Emotionale Nähe war und ist nicht erwünscht. Aus gutem Grund. Wo stände unsere Wirtschaft, wenn wir uns von unserer Emotion lenken lassen würden? Wenn wir Freundschaften aufbauen würden, sie pflegen und weiter empfehlen würden. Es entstände eine neue Freundschaftsordnung. Meinem Wunsch, mich mit Freunden zu umgeben, gesellte sich eine zweite Entdeckung hinzu, die mir schon immer klar war, mit der ich aber nirgendwo landen konnte. Der Mensch ist zu rationalen Entscheidungen zum Großteil nicht fähig. Das ist keine bloße Theorie, sondern geht aus einer bewiesenen Studie hervor. Die diesem Menschen den Nobelpreis in Betriebswirtschaft einbrachte. Das große Schlaue. Diese vielen guten Pläne. Alles das, was mir immer suspekt vorkam, wurde nun plötzlich genau in das Licht gestellt, in dem ich es immer gesehen hatte. Somit entscheidet der Mensch irrational, emotional, subjektiv. Die großen Argumente sind leere Strategien. Der Erfolg wurde geleitet durch die Emotion. Diese ganzen Strategien klingen aus heutiger Sicht wie die mit Gewissheit

aufgestellte Theorie: Die Welt ist eine Scheibe. Und die Sonne dreht sich um uns. Erfolg, wie auch immer er zustande kam, wird im Erfolgsfall erfolgreich erklärt und vermarktet - und das glauben dann alle. Weil man ja auf einen Erfolg zurückschaut. Das war, ist und bleibt für mich der größte, anzunehmende Blödsinn aller Zeiten. Denn der wichtigste Faktor für Erfolg fehlt: Die Emotion.Bringt man jetzt Freundschaft und Emotion zusammen, dann ist man bei My Whiltelist. Empfehlen und empfohlen werden. Es ist nur ein Anfang. Aber ein schöner, ein guter und ein richtiger Anfang.

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 15:06

Freitag, 13. Juli 2007

Tag 5: My Whitelist - Zwei Seelen in meiner Brust, aber zum Glück nur ein Herz

Oh mein Gott ist das schwer, wenn man sich von einem Kontinent auf den anderen begibt. Und dazwischen so viele Untiefen sind. Aber man immer begleitet wird von dieser Hoffung. Der Gewissheit. Wenn man wie ein Pendel zwischen Glauben und Wissen hin und her geworfen wird. Und was am schlimmsten wiegt, diese wachsende Zahl der Mitstreiter, die man nicht enttäuschen will. My Whitelist, fordert mir vieles, nein alles ab. Vor allem auf der richtigen Seite zu bleiben. Auf der Seite der Idee. Andreas hat mir den Link geschickt mit der Seitenstatistik, da steht numerisch gesehen alles drin, was die numerisch orientierte Welt überzeugen könnte, würde, sollte. Aber ich will das nicht. No way. Keine Zahlen sollen für My Whitelist sprechen, sondern nur Emotionen. Überzeugend, offen, ehrlich und klar. Und wirkungsvoll. Schluss mit Versprechen und Vorgaben. Das Ende der Statistiken und Zahlen, die so etwas wie Erfolg vermitteln und ausdrücken sollen. Aber in mir ist da die alte Welt, die alten rein numerischen Werte. Die alten Rechenbeispiele. Die immer wieder raus wollen. Aber die Lust auf die neue Welt ist stärker – noch. Hoffentlich bleibt das so. Google Statistik, Blogcounter, Anmeldungen, Visits alles liegt einem auf der Zunge. Um über viele Zweifel erhaben zu sein. Aber es würde die Ideale der Idee My Whitelist tangieren. Und das hat die Idee nicht verdient. Wie kann man Liebe, Leidenschaft, Hoffnung, Freundschaft, Vertrauen und Verbundenheit in Zahlen ausdrücken? Unmöglich. Keine Zahl drückt aus, wie mir und den Mitstreitern zu Mute ist. Meine Gefühlswelt ist ein Ozean, der in große Bewegung geraten ist. Vom Wellenkamm bis ins Wellental sind es lange Strecken, die es zu überwinden gilt. Wie leicht wäre es sich einfach mit dem Strom treiben zu lassen. Warum mit dieser Energie gegen den Strom? Weil nur tote Fische mit dem Strom schwimmen. Wenn da nicht die vielen Mitstreiter wären, würde ich mehr als zweifeln. Aber so. Fabelhaft. Da wächst eine Mannschaft zusammen, wie ich es in meinem Leben so noch nicht erleben durfte. Mein Dank an dieser Stelle und da spreche ich auch sicher im Namen von Andreas. Egal wohin die Reise geht, es ist uns schon bis hier eine große Freude gewesen: Antony Garcia ; Elke Illgner ; Oliver Schuh; Silvio Manzke; Carsten Dragun; Frank Weissberg; Klaus Handner; Torsten Matthes; Timo Off; Heiko Walkenhorst; Michael Manthey; Kai Falkenberg; Thorsten Staudigl; Mark Appun; Frauke Weber; Peter von Felbert; Brigitte Jobst; Máren Kruse; Margit Picher; Esther Rudolph; Nico Friedrichs-Neumann; Karin Menne; Thomas Gädig; Frank Herold; Ben Isselstein; Thomas West; Thomas Eberwein...Weitere werden sicher noch hinzukommen. Und wenn ich jemanden vergessen haben sollte, bitte ich um Nachsicht. Diese Liste der Danksagung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie ist eine Momentaufnahme. Aber, ich finde Danke und Entschuldigung sagen können und wollen, ist ein Beweis für einen schönen Umgang. Ich bewundere das. Ich bewundere Euch.
Rock'n' Roll. Ist das nicht alles unglaublich?
Wir haben auch schon den Song zu My Whitelist:

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 18:30

Abenteuer Saurier (Hansgeschichten)

Die Stimme aus dem Computer gab dem Jungen die Anweisungen.
„Suche das Wort Albertosaurus."
Der Junge saß auf einem Stuhl vor dem Computer, der in einer Wand des Museums eingebaut war. Hans sah ihm über die Schulter. Der Junge klickte mit der Maus auf die Namen, die auf dem Bildschirm zu sehen waren.
„Suche das Wort Styracosaurus."
Der Junge führte den Cursor über den Bildschirm und klickte auf das Wort Styracosaurus.
„Ja, dies ist das Wort Styracosaurus", sagte die Stimme aus dem Computer. Dahinter lief eine kleine Computermusik mit einem Glöckchenton und einer Art Uhrticken.
Das Programm, das der Junge bediente trug den Namen Abenteuer Dinosaurier. Der Junge war acht Jahre alt und konnte gut lesen. „Klicken, um zur nächsten Frage zu gehen…" las er in einer Sprechblase.
Um die Ecke in einem Gang ohne Licht saß der Museumswärter in einem Ledersessel und schnarchte vor sich hin.

Der Junge klickte zurück ins Hauptmenü. Dort waren verschiedene Saurier abgebildet. Er führte den Cursor auf das erste Bild und las eine Anweisung in einer Sprechblase: „Der Tyrannosaurus. Klicken um einen Film zu sehen.” Der Junge klickte und jetzt war eine größere Darstellung des Tyrannosaurus zu sehen, der wütend den großen Kopf hin und her warf und brüllte. Der Junge hatte Spaß an dem Gebrüll und klickte noch mal und noch mal auf den Tyrannosaurus. Der Museumswärter wurde davon wach und suchte sich einen ruhigeren Platz zum Schlafen.
Als nächstes kam der Raum mit den Greifvögeln und dann der Raum mit den Zellen und Aminosäuren. Und dann wieder der Museumswärter, der zuvor in einem abgedunkelten Raum, der die Astronomie zum Thema hatte, saß.
Der Junge drückte auf einen Knopf und konnte sehen, wie die Planeten im Universum standen und er konnte verfolgen, wie sich die blaue Erde um eine Lichtquelle drehte, die die Sonne darstellte; und die Erde drehte sich um die Sonne, aber ganz leise. Hans sah ihm zu.

Geschrieben von in 02 . Blickwinkel um 17:53

Mittwoch, 11. Juli 2007

Tag 4: Beta-Test myWhitelist – Über 200 Testpiloten beim StartUp

Update Donnerstag der 12. Juli 2007 . 16.00 Uhr
Die Idee myWhitelist raubt uns allen den Atem und den Schlaf. Alle Hoffnungen und Erwartungshaltungen, die wir damit verbunden haben, sind schon innerhalb von 24 Stunden in den Schatten gestellt.Die Menschen kommen und machen mit. Erste Erfolge innerhalb von zwei Tagen. Anfragen und Jobs über Empfehlung. Und Andreas Tasch programmiert, verbessert und ändert so viel und gut er kann. Schon heute zeigt sich ein neues Bild und zeigen sich andere und veränderte Anwendungen.Aber das Geilste ist diese positive Stimmung. Dieses Gefühl von Aufbruch und Ende eines langen, kreativen Winterschlafs. Wir sind bei Google innerhalb von 24 Stunden an Platz 1, egal ob 'my Whitelist' oder 'mywhitelist' geschrieben. Fast 200 Mitglieder in zwei Tagen ... und ... und ... und.Die öffentliche Meinung der Blogger, die man zum Glück (noch) nicht kaufen kann, begleitet diese einfachste aller Akquise-Ideen mit einem Feuerwerk der Zuversicht und der Ermutigung.Und ich bekomme diese vielen Mails, Nachrichten und Anrufe. Dabei die positiven Beiträge im Plenum. Und nebenbei Telefonkonferenzen und Skype-Chat. Ich gebe zu, ich bin am Ende. Aber es ist ein schönes Am-Ende-Sein.Somit bricht heute ein neuer Tag an. Mal sehen, wo wir mit der gemeinsamen Initiative myWhitelist heute abend stehen.

Update Donnerstag der 12. Juli 2007 . 16.00 Uhr

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 10:42

Sonntag, 8. Juli 2007

myWhitelist geht in die Online-Test-Phase

Seit Samstag, den 07.07.2007, um 12.00 Uhr, ist es soweit! Die ersten Beta-User haben myWhitelist besucht, betrachtet und bewundert. myWhitelist, also die weiße Liste, soll ein Online-Empfehlungs-Tool werden. Das vor allem Einzelkämpfern und kleinen Unternehmen dabei helfen soll, neue Kunden für sich zu gewinnen.In diesem Fall macht das die Whitelist ganz von alleine. Denn sie basiert auf der einfachen Formel „Empfehlen und empfohlen werden".Jedes myWhitelist-Mitglied kann sich, wie hier auf der linken Seite zu sehen, ein Plug-In auf seine Webseite integrieren. Klickt ein Besucher darauf, ist er automatisch beim Profil der Person, deren Whitelist installiert ist. Gleichzeitig kann man sich deren Whitelist-Empfehlungsliste ansehen. Bei Interesse kann man weitere Informationen rund um die Personen oder Unternehmen unter die Lupe nehmen.Alle Empfehlungen basieren auf einem der menschlichsten Prinzipien: der Emotion. Findet man einen Menschen sympathisch, dann ist es gut möglich, dass die Personen und Unternehmen, die dieser in seiner Whitelist empfiehlt, ebenso als sympathisch wahrgenommen werden.Der Mensch ist zu rationalen Entscheidungen nur sehr eingeschränkt fähig, wie wir wissen. Darüber hinaus wissen wir, dass sich die meisten Geschäftsbeziehungen in den ersten, wenigen Sekunden entscheiden. Dieses Wissen machen wir uns hier zunutze und zu eigen.Wir bauen auf den guten Riecher und die gute Menschenkenntnis von Menschen, die uns nahe sind. Somit könnten jetzt auch diejenigen in den Genuss von mehr Weiterempfehlungen kommen, die zwar von Neugeschäft abhängig sind, aber aus verschiedenen Gründen nicht dazu kommen. Aber auch für diejenigen, die lediglich ihre wichtigen Kontakte angemessen pflegen möchten, kann myWhitelist die ideale Plattform sein. Für ein mögliches, neues myWhitelist-Mitglied stellen sich zwei zentrale Fragen:Gibt es Menschen und/oder Firmen, für die Sie sich aufrichtig freuen würden, wenn Sie ihnen mit Ihrer persönlichen Empfehlung weiterhelfen könnten?Kennen Sie Menschen, von denen Sie annehmen, dass diese Wert auf Ihre persönliche Meinung legen, ganz frei von irgendeiner Vorteilsnahme ? Die jeweiligen Antworten auf diese Fragen setzen voraus, dass Sie keinen materiellen Nutzen oder anderweitigen Vorteil aus Ihrer Empfehlung ziehen. Sondern, dass nur der von Ihnen Empfohlene etwas davon hat.Wenn Sie die beiden Fragen mit „Ja" beantwortet haben, sollten Sie mitmachen. In myWhitelist gibt es natürlich noch jede Menge Anderes zu entdecken. In der Starphase sind zwei Ausbaustufen geplant, die wesentlich von den Beiträgen der Mitglieder leben. So gibt es bereits ein Plenum, in dem Ideen weiter entwickelt werden. Wir haben auch persönliche Telefonkonferenzen vorgesehen und – natürlich – wird es auch einen eigenen Blog geben. Schauen sie einfach mal rein, wenn sie das Gefühl haben, das könnte was für Sie sein.Der offizielle Starttermin ist in zwei Wochen. Seit letztem Samstag sind wir, wie gesagt, bereits in der erweiterten Testphase.

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 14:54

Freitag, 6. Juli 2007

USP für Ersatzspieler

Die kommende Saison wird schwierig für die aufstrebenden Jungstars des FC Bayern. Poldi, Schweini, Lelli & Co werden sich dort wieder finden, wo sie leistungsmäßig hingehören: Auf der Ersatzbank. Gnadenlos wurden ihnen richtige Fußballspieler vor die Nase gesetzt. Spielpraxis werden sie nur noch bei Spielen der deutschen Nationalmannschaft bekommen. Doch Grund zur Traurigkeit? Keine Spur. Mit unseren Insider - Marketing - Tipps sind sie bald wieder auf der Sonnenseite des Lebens:1. Gerade als Ersatz- oder Ergänzungsspieler ist das Image wichtig. Komme mit dem neuesten AUDI R8 direkt vor den Haupteingang gebrettert. Deine Sonnenbrille muss größer sein als die von Victoria Beckham.2. Deine Haare müssen als Marke erkannt werden: Also entweder viel Gel vor, während und nach dem Spiel oder lange Haare mit Haarreif. Nach Einwechslung im Spiel die Chance nutzen und alle zwei, drei Schritte stehen bleiben, um die Frisur zu richten. Die Fotografen werden dich lieben!3. Nie so schnell laufen, dass man ins Schwitzen kommt. Das tut der Frisur gar nicht gut.4. Dem Gegenspieler die Höhe des Netto-Wochenverdienstes nennen und darauf hoffen, dass der davon so benebelt ist, dass er kein Bein mehr auf den Boden bekommt.5. Sollte einer der widerlichen Mitspieler ein Tor schießen, ganz schnell zu ihm laufen, um mit aufs Bild zu kommen.6. In diesem Fall für die Sportschau einige typische Tor-Jubler einstudieren.7. Dein Manager muss bei den Medien schnell bekannter werden als der aktuelle Bayern -Trainer. Waldi, Fritzi und Nuggi (Jellow Press Provinzfürsten) sind wichtigste Berater.8. Wenn sich im Training einer der vielen Co-Trainer wichtig machen will, einfach ignorieren oder direkt zur Massage gehen.9. Solltest du mal nicht spielen, parke in deiner reichlichen Freizeit direkt auf dem Gehweg oder Behinderten-Parkplätzen. So kommst du zuverlässig in die Nachrichten. Lasse dich vor dem Spiel nachts um 02:00 im P1 fotografieren oder gehe freitags mit wechselnden Discobedienungen in den Biergarten. Besser schlechte Presse als gar keine.10. Auf diese Art bekommst du nach spätestens zwei Jahren leicht einen Vertrag mit richtig fetter Kohle in England oder Spanien.Foto: Peter von FelbertBeitrag: Kai Falkenberg

Geschrieben von Kai Falkenberg in Deutschland ein Sommermärchen um 09:25

Mittwoch, 4. Juli 2007

Die (un)heimliche Hauptstadt

Nicht Honolulu, Sydney oder Paris! Kein Mailand, Barcelona oder Hongkong! Nein, München ist Boss der Bosse, Solitär unter Diamanten, Obermops unter Möpsen! Langsam wirst du mir - ja, wie wirst du mir denn? Früher warst du noch die „heimliche Hauptstadt“. Und heute? Das Londoner Magazin „Monocle“ krönt unser aller München zur schönsten und lebenswertesten Stadt der Welt.Liberalität, Gemütlichkeit, Sicherheit und hervorragende Infrastruktur gehörten zur unschlagbaren Münchner Lebensart, die von deutscher Tüchtigkeit und italienischer Lässigkeit geprägt werde. Wenn das Franz Joseph noch erlebt hätte. Nein nicht der Kaiser! Der Begründer der „Liberalitas Bavariae“ und des Slogans „Laptop & Lederhos’n“.Dann wollen wir Münchner auch mal aufhören zu granteln und anfangen zu lobhudeln: Wir lieben München wegen der Berge, der Seen, der Isar und der Nähe zu Italien. Moment, das gehört ja in engerem Sinne gar nicht zu München. Also: Wegen der alten und neuen Pinakothek, dem Theater am Gärtnerplatz, der Oper, dem Deutschen Museum. Hmm, im engeren Sinne waren wir da seit frühester Kindheit nicht mehr.Ja, warum lieben wir unser München so sehr? Wegen dem Augustinerkeller, der „Milchbar“, dem „P1“, dem Hirschgarten, dem „Il Piccolo Principe“, dem Oktoberfest? Wegen der vielen hübschen Madl’n in der Fußgängerzone und der Leopoldstraße. Wegen der U-Bahn, wegen Franz Beckenbauer und Vroni Ferres, wegen der Sauberkeit.Wir lieben München wegen seiner pittoresken Architektur, dem königlichen Nymphenburger Park und dem Jogger freundlichen Olympiagelände mit Aussichtsberg, wegen der Vielfalt der Zugroasten und dem FC Bayern. Wegen der Kiesbänke am Flaucher und dem Heißwasser im winterlichen Dante-Freibad. Wegen dem weitläufigen Langwieder-, Luß- und Birkensee im Sommer und dem heimeligen Biergarten in der Fasanerie. Wegen dem Englischen Garten und Chinaturm und wegen der vielen Touristen im Seehaus, am Nockerherberg und dem Hofbräuhaus.Wegen dem unentwegten Kampf des Underdogs 1860 um Anerkennung und die Großkopferten, die hier keiner so wirklich ernst nimmt. Außer sie sich selbst. Wegen dem Viktualienmarkt und der Schrannenhalle, wegen dem Marienplatz und dem Augustiner am Dom. Wegen Mariahilf-Platz und Auer Dult, wegen St.-Anna-Platz und Max II, wegen der Garmischer Autobahn und A 99. Wegen seiner Unis und Kliniken, wegen seinem Grant und seinem Charme, wegen Schweinebraten und Sushi, wegen Airport und BMW.Wir lieben München, weil es hier die besten Medien- und Hightechfirmen gibt, die coolsten Werbeagenturen und die cleversten Unternehmer und weil hier jeder das machen kann, was er machen mag. „Sie, Herr Nachbar!“ ist schon die höchste Form der Einmischung. Wir lieben München, weil wir in einem schwarzen Land liberal sind, aber einen roten Bürgermeister wählen, weil wir eigentlich grün wären.Und natürlich lieben wir München für den Karl Valentin und seinem Musäum im Isartor, der treffend bemerkte: „Nach Berlin san mir nur g’fahrn, weil mir uns vier Wochen aufs Heimfahr’n freu’n ham’ können.PS: Für den interessierten Leser. Hier die Rangliste der schönsten Städte aus dem „Monocle“: 1. München 2. Kopenhagen 3. Zürich 4. Tokio 5. Wien 6. Helsinki 7. Sydney 8. Stockholm 9. Honolulu 10. Madrid 11. Melbourne 12. Montreal 13. Barcelona 14. Kyoto 15. Vancouver 16. Auckland 17. Singapur 18. Hamburg 19. Paris 20. Genf.

Geschrieben von Kai Falkenberg in München um 07:37

Dienstag, 3. Juli 2007

Andere Baustelle – Neue Plattform

Ich komme die Tage echt nicht zum Schreiben. Das bricht mir das Herz. Ich komme sogar nicht zum Essen. Da ich tagsüber und bis tief in die Nacht mit Volldampf an einem Projekt arbeite. Das bald unter anderem genau hier das Licht der Welt erblicken soll.Und so ein Ideen-Baby, das beansprucht einen voll und ganz und weit darüber hinaus. Es ist eine neue Internet-Plattform. Noch eine. Nein, genau die, die ich mir gewünscht habe. So bleibt nur zu hoffen, dass dies einige auch so empfinden wie ich. Es war mir ein inneres und vor allem eigenes Anliegen. Auch ein gutes Stück weit mein ewiges Problem in Sachen „Neukunden“ lösen zu können. Denn die wachsen auch bei mir nicht auf den Bäumen. Deshalb musste die Idee einfach raus und realisiert werden. Eine Gruppe von Beta-Usern kann da ab 07.07.07 schon mal reinschnuppern. In 5er Gruppen und per Skype-Konferenz. Sich ein eigenes Bild machen. Und sich konstruktiv an der Idee beteiligen. Sich einbringen. Sollte hier auch jemand Lust haben am Mitmachen und nicht am Ideenklau, dann kann er mir ja eine Mail schicken. Es geht um das erste vollautomatische Online-Empfehlungs-Tool, für alle, die darauf angewiesen sind, dass andere sie gerne weiter empfehlen. Mail an: c.hintze note-i.de Wir können jede Hilfe gebrauchen.

Geschrieben von Christof Hintze in myWhitelist um 18:00

Selbstgerecht

Ich beobachte schon seit Langem, dass es da eine Reihe von Menschen gibt, die sich bereitwillig für andere aufopfern. Das anderen gerecht Werden steht weit vor dem selbstgerecht sein. Somit begegnen sie jedem Tag mit dem Ziel, anderen gerecht zu werden. Was unweigerlich dazu führen muss, dass man keine Zeit, kein Interesse und auch keine Lust mehr hat, seinen eigenen Vorstellungen gerecht zu werden. Denn das ist der Zweck dieses Denkens und Handelns. In dem man sich für andere aufopfert, muss man sich nicht ständig selbst quälen in der Ungewissheit "Ist es das, was ich will?". Diese Frage stellt sich nicht einem, der allen anderen gerecht werden will. Fängt man im Laufe eines Lebens aber an, das Selbstgerechte langsam immer mehr in den Vordergrund zu stellen, dann kann man sein blaues Wunder erleben. Denn der Nutzen, den andere von einem haben, fällt weg. Somit fällt auch das Interesse an demjenigen ins Bodenlose. Diese Entwicklung macht dann wiederum vielen so viel Angst, dass sie auf dem Weg selbstgerechter zu werden, lieber wieder umdrehen. Ein sinniges und bekanntes Sprichwort sagt: Wenn sich jeder in erster Linie um sich selbst kümmert, dann ist an alle gedacht. Da ist was dran. Mehr als ich noch vor einiger Zeit zu glauben schien. Denn gute Köche sind sicher nicht gut geworden, weil sie es immer allen Recht machen wollten. Sondern das Gegenteil war sicher der Fall. Gute Dirigenten, Maler, Ärzte, Rechtsanwälte, Erfinder und so weiter, die eigentliche Qualität aller, die etwas Außerordentliches hervorgebracht haben, ist, dass sie in erster Linie an sich dabei gedacht haben. An das, was sie selbst am meisten wollen. Sein Leben im Dienste anderer zu fristen ist eine legitime Möglichkeit. Bei der man aber wissen und akzeptieren muss, dass man in erster Linie immer die Wünsche und Ziele anderer erfüllt. Seine eigenen sind immer erst nachgeordnet oder finden gar nicht statt. Diesen Deal muss man eingehen. Oder langsam und bestimmt immer mehr an seiner Selbstgerechtigkeit arbeiten. Sonst bleiben zu viele Lebensträume unerfüllt. Sein Ding machen ist somit auch ein legitimer Weg. Der nicht immer von Erfolg und Glück gekrönt ist. Aber die Spuren im Gras sind wenigstens die eigenen und man muss nicht ständig in denen anderer hinterherlaufen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:34

Elf Freunde

Seit 01. Juli gilt eine Neuerung, die zwar jeden betrifft, gleichwohl relativ unaufgeregt zur Kenntnis genommen wurde. Wo es früher hieß: Elf Freunde müsst ihr sein! Heißt es seit vergangenen Sonntag: Elf müsst ihr haben! Ob wir aber damit Freunde werden?Ab heute bekommt jeder Bundesbürger elf Ziffern verpasst. Nicht nur von der Wiege bis zur Bahre, sondern sogar 20 Jahre darüber hinaus. Wegen Erbschaftssteuer-Zwecken, wie es die Bürokratie schelmisch formuliert. Möchte noch jemand von der Politik wissen, ob in Deutschland die Erbschaftssteuer abgeschafft wird?Was passiert nun mit dieser ID - Nummer? Quasi eine eigene IP - Adresse für jeden Bürger, ob er will oder nicht. Daraus geht Name, Adresse und Geschlecht hervor, Geburtstag und Geburtsort und natürlich das zuständige Finanzamt. Die

Einwohnermeldestellen übermitteln diese ID’s an das Bundeszentralamt für Steuern. Damit werden zunächst der Datenaustausch und dann der Datenabgleich zwischen den Behörden erleichtert. Rentner müssen ihre ID zukünftig ihrer Rentenversicherung melden. Von dort geht die Meldung an die Zentrale Zulagenstelle für Alterseinkünfte. Von dort kann das Finanzamt jederzeit Auskünfte einholen. Damit sind alle Rentner mit Vermögen oder Einkünften überprüfungsrelevant! Die deutschen Banken melden ja schon länger ihre Kontodaten an die Konto-Evidenz-Zentralen. Davon gibt es, weil wir nicht abergläubisch sind, 13 Stellen. Diesen Informationsservice, Bond mein Name, James Bond, nutzt das das Bundeszentralamt für Steuern über das Bundesamt für Finanzdienstleistungsaufsicht in Bonn inzwischen schon täglich über 11.000 Mal pro Institut.Was sieht nun der Staat? Wer hat wo welches Konto, welche Rente, welches Einkommen, welches Vermögen. Wer bekommt Arbeitslosengeld oder Geld von den Sozialkassen. Welches Vermögen wurde vererbt und an wen? Wer hat Mieteinnahmen und welcher Ehepartner eines Transfergeldempfängers arbeitet. Im Prinzip sieht der Staat, was er will.Wer nichts Böses tut, dem passiert auch nichts, wiegelt die Politik ab. Allerdings wissen wir auch, dass der Frömmste nicht in Frieden leben kann, wenn es dem bösen Nachbarn nicht gefällt. Und wo der Staat Möglichkeiten bekommt, nutzt er sie. Das war so, seitdem es Staaten und Politik gibt.Wenn in Kürze die personalisierte Gesundheitskarte dazu stößt, wird der letzte gläserne Baustein gesetzt. Natürlich ist keine Verknüpfung mit den Bundesfinanzbehörden vorgesehen, verspricht die Koalition. Natürlich, liebe Politik. Der Solidaritätszuschlag galt auch nur für ein Jahr!Wer in diesem Zusammenhang an George Orwells „1984“ denken muss, kann sich beruhigen. Die Realität hat Orwell schon längst überholt. Schönes Leben weiterhin.

Gedanken von Kai Falkenberg

Geschrieben von Kai Falkenberg in 02 . Blickwinkel um 07:20

Montag, 2. Juli 2007

Aufschwung

In welcher Welt leben wir gerade? Ist uns da etwas aus dem Ruder gelaufen? Mir kommt schon der Gedanke, wenn ich mich in verschiedenen Firmen so umsehe. Oft ist die Stimmung kalt. Die Gesichter blass. Der existenzielle zweite Baustein der Maslow'schen Bedürfnispyramide weist starke Furchen und Scharten auf. Nicht geschlagen aus Not, sondern aus falsch interpretiertem Gewinnstreben.Die Kuschelecke aus der Komfortzone ist verbaut. Das Sicherheitsbedürfnis ausgehöhlt. Wie konnte es nur dazu kommen? Als nach dem Börsenhype der Jahrtausendwende die Kurse dramatisch verstärkt durch ‚Ground Zero' auf Talfahrt gingen, blieben ungezählte Unternehmen auf der Strecke. Was zählte war Überleben. Das Raubtier in uns erwachte.Doch halt! Rückblickend zeigt sich, dass es vor allem Firmen traf, die die guten, hanseatischen Kaufmannsregeln sowieso nicht erfüllt hatten. Genährt lediglich von Gier, kennt die Geschichte des Kapitalismus viele klassische Beispiele, wie es immer endet. Mir fällt da das schöne Filmzitat aus „Wallstreet" ein, als Börsenhai Gordon Gecko, gespielt von Michael Douglas, das Prinzip erklärt: „Das Geld der Bankrotteure ist ja nicht weg. Es hat nur jemand anderes!" Das tröstet.Liebe Chefs! Hat es sich noch nicht herum gesprochen? Es geht wieder die Post ab. Der DAX durchbrach Anfang Juni erneut die 8.000er Marke. Firmen investieren, Kunden kaufen, Arbeitsplätze sind nicht mehr beliebig billig zu besetzen.Auf geht's, deutsche Manager! Nehmt endlich den Druck raus. Jahrelang habt ihr ein Klima von Untergangsstimmung und Trübsal geschaffen. Alles musste billiger werden. Die Globalisierung, der Reformstau, die hohen Lohnnebenkosten, die Chinesen! Alle wollten an unsere Arbeitsplätze! Wer noch nicht weg rationalisiert war, durfte - nein nicht jubeln - beten und hoffen. Aber Druck erzeugt bekanntlich Gegendruck. Weniger bekannt scheint zu sein: Der Gegendruck richtet sich gegen den, der drückt. Der Drücker drückt sich also mit steigendem Kraftaufwand zunehmend selber aus. Eine ‚self-pressing' Zitrone, wenn man will.Wie jeder weiß, geben ausgepresste Zitronen nur wenig Saft. Kann ich in einem solchen Klima volle Krüge erwarten? Nein! Ich brauche fröhliche Mitarbeiter, die Lust auf Zukunft haben. Die in der Früh' ihr Morgenlied pfeifend zur Arbeit kommen. Die jeden Kunden so behandeln als sei er ein guter Freund, den man lange nicht gesehen hat.Biblisch, Leute! Gebe ich zehn, bekomme ich hundertfach zurück. Lasst wieder Spaß an der Arbeit zu, gebt Verantwortung und erntet Treue, gebt Vertrauen und erntet Leistung. Um es mit Martin Luther zu sagen: „Aus einem traurigen Arsch, kommt kein fröhlicher Furz."

Geschrieben von Kai Falkenberg in Balance Marketing um 10:22

Fully Loaded: Meine kleine Blog-Hütte 2007

Am 6. November 2006 hatte ich hier im Blog einen Traum formuliert: Meine kleine Blog Hütte. Damit aus den Fotos, Texten und Telefonstimmen anderer Blogger mal lebendige Menschen werden. So geschehen vergangenes Wochenende. Da wurde der kleine Traum Wirklichkeit. Ein Handvoll Blogger machte sich von Freitagabend bis Sonntagmittag ein paar sehr, sehr schöne Tage. Gleichgesinnte unter sich. Von nichts gestört und aus der Ruhe zu bringen. Sogar das Wetter spielte mit. Gefühlt war es wie früher in der Jugendherberge, nur wesentlich komfortabler am Starnberger See. Der Grill lief auf Hochtouren und so gut wie durch. An Kaltgetränken hat es natürlich auch nicht gefehlt.

Und wenn morgen das Bloggen verboten wird, allein dafür hat es gelohnt. Gott was haben wir gelacht, gedacht und gemacht. So unter seines Gleichen, das hat schon was.

Das Marketing Blog wurde vertreten durch Frank Herold und Heiko Walkenhorst. Das Clap-Club Blog trat in Erscheinung durch Peter „Bulo" Böhling, das Foto Blog von Peter von Felbert natürlich durch Peter von Felbert der auch eine Reihe wunderbarer Fotos machte. Für das note-blog waren Torsten Matthes und ich da.

Mein Gefühl sagt mir, das sollte sich wiederholen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:33

Freitag, 29. Juni 2007

Auflösungserscheinungen

Märkte haben sich verändert. Stark verändert. Warum auch nicht? Die meisten Märkte kommen mir vor wie Aspirin, das man in Wasser auflöst. Erst ist da nichts außer einem stillen, klaren, ruhigen Wasser. Dann fällt die Idee hinein und macht eine Welle. Und dann geht der Zauber erst richtig los. Die Idee löste sich mehr und mehr im Markt auf. Bis nichts von ihr bleibt und dann schluckt die Idee einfach jemand. Früher, als alles anders war, da hatten sogar Märkte Tradition und Bestand. Und lagen in Händen von Menschen, die darin aufgewachsen sind. Heute ist das alles anderes. Da ist der Chef von vielen eine Beteiligungsgesellschaft. Oder Investorengruppe. Die gibt es irgendwo, aber man bekommt sie nie zu Gesicht. Man kann mit niemandem mehr sprechen. Denn keiner ist verantwortlich. Denen gehört ja nur das Unternehmen. Aber vom Geschäft haben sie keinen blassen Schimmer. Warum auch? Man muss ja auch nicht Fußball spielen können, um einen Fußballverein leiten zu können. Man muss nur das nötige Geld haben. Das reicht. Das reicht? Reicht das wirklich? Ich bin mir da nicht so sicher. Ganz und gar nicht.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 08:12

Der Übersetzer: Manager - Deutsch / Deutsch - Manager

Manager: Deutsch:„Die Essenz Ihres Statements erschließt sich „Was redest Du da, Langweiler?“mir gerade nicht völlig.“ „Ich versichere Ihnen, es gibt keinen Grund zur Besorgnis!“ „Jetzt ist aber Panik angesagt!“„Wir müssten nur Ihre Kompetenz wecken.“ „Du solltest mit dem Chef schlafen.“„Die Probleme an der technischen Konfiguration liegen „Null Bock dazu, Amateur!“leider an Ihrem Provider.“„Unsere interne Kommunikation ist ganz wichtig!“ „Diese Vollidioten sagen einfach nichts!“„In diesem Projekt waren wir nicht involviert.“ „Was geht mich dieser Scheiß an!“„Bedauerlicherweise liegen uns hier „Mir doch Banane!“keine Informationen vor.“„Wir lieben Herausforderungen!“ „Ich habe keinen Bock auf diesen Mist!“„Wahrscheinlich sind Sie noch nicht „Dieser Anfänger baut einen Mist nach dem optimal positioniert!“ anderen!“„Wir möchten Sie nach Ihrer Kernkompetenz einsetzen.“ „Wenn ich nur wüsste, was das sein soll?“„Wenn Sie mit einer Problemstellung nicht vertraut sind, „Dieser Banause kapiert überhaupt nichts!“können Sie immer zu mir kommen.“„Die Marktforschung - Indizes deuteten „Ich habe von Anfang an gesagt, dass in eine andere Richtung.“ das Quatsch ist!“,„Warum arbeiten Sie mit Ihrer Top-Ausbildung „Mit Geisteskranken wie Ihnen werde ich nicht nicht im südlichen Ausland?“ länger zusammen arbeiten!“„Wichtig ist, dass am Ende des Tages zusammen „Wir arbeiten wie immer völlig ohne Plan!“gezählt wird!“„Eine Kundenbedarfsanalyse ist ein absolutes Must!“ „Wen interessiert das denn?“„Das gehört bei uns zum Basis-Wissen!“ „Davon habe ich noch nie im Leben gehört!“„Jetzt mal ganz ehrlich, ungelogen!“ „Diese Geschichte glaube ich ja selbst nicht.“„Die Produktivitätsanalyse des Vertriebs „Wir sind im Arsch!“deutet auf eine konjunkturelle Konsolidierung!“Fortsetzung könnte folgen...

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 07:44

Donnerstag, 28. Juni 2007

Vision Fernehen

Es ist nur noch ein Frage der Zeit. Ich denke mal so 10 Jahre. Dann besteht Fernsehen nur noch aus "Demand". Das bezahlte Bestellfernsehen löst das werbefinanzierte Fersehen der heutige Zeit ab. Sogar das ZDF stellt die Weichen auf die werbefreie Zukunft im Fernsehen. Somit zahlt der Konsument nur das, was er wirklich sehen will. Und so wie es scheint, zahlt er gerne mehr, wenn er das werbefrei kann. Unerträglich die zersetzende und zerstörerische Entwicklung der TV-Werbeformate. Der Konsument wird aber über diese Entwicklung den Stab brechen. Also ich für meinen Teil freue mich darauf. Was bedeutet das im Umkehrschluss? Die TV-Werbemilliarden werden in andere Werbeformen investiert. Denn Werbung machen müssen die Kunden. Die Frage ist nur wie und wo. Da in 10 Jahren noch viel passieren kann, zögere ich noch, nun als den großen Gewinner das Internet zu nennen. Denn auch dort nerven die Werbeformen unglaublich. Es gibt Seiten, auf denen weigere ich mich, Informationen abzurufen, weil ich mich durch die Art der Werbung weit mehr als belästigt fühle.Anmerkung: Der nun folgende Gedanke kam mir vor 4 Monaten, in der Zwischenzeit ist genau dieser eingetreten, zwei Blöde ein Gedanke? Oder die logische Konsequenz. Premiere bietet genau das jetzt seinen nicht Kunden:"Ich wunderte mich, dass gerade Premiere noch nicht auf die Idee gekommen ist, den Dekoder allen Haushalten zukommen zu lassen und den Besitzern gegen ein Entgeld ermöglicht, bei Premiere Direkt zu bestellen. Mal ehrlich, wie blöd waren die eigentlich? Da läuft jeden Abend lähmende Langeweile und dort kann man für 3 € einen Kracher nach dem anderen sehen, aber nur für Mitglieder. Liebe Premiere, wenn Ihr das jetzt lest, dann habt Ihr meine Idee aus meinen Kopf geklaut. Dagegen kann ich eh nichts machen." Aber bedenkt dabei mal ein altes Gesetz: Schenkt den Leuten die Öllampe, nur verkauft ihnen das Öl. Der Dekoder steht in diesem Fall für die Öllampe.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Dienstag, 26. Juni 2007

f/1 stop fotofestival leipzig

Tipp: Einfach oben links auf das erste Bild klicken, dann geht eine Galerie auf und man kann die Bilder sich einzeln größer und schöner ansehen, einfach auf die rechte Bildseite klicken für vorwärts und auf die linke Bildseite für rückwärts. Viel Spaß!

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:20

Rudi mach's gut

So, jetzt also auch er. Er, der fast sechs Jahre lang, so etwas wie Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit predigte. Dass er dabei auch seine persönliche Zufriedenheit pflegte, was soll's? Die Zahlen gaben ihm ja immer Recht. Und was hat er nicht alles geschafft: Er übernahm kurz vor 09/11 den dahin dümpelnden Mobilfunker Viag Interkom mit 3,3 Millionen Kunden und einem Umsatz von 1,3 Mrd. Euro als kleinsten der namhaften deutschen Mobilfunk - Anbieter. Nach New York fuhr der deutsche Markt eine fünfjährige Abwärtsspirale. Und was machte Rudi Gröger? Er gab Gas, führte soziale Vorgaben für seine Mitarbeiter und sein Unternehmen ein und segmentierte seine Zielgruppen konsequent. Als die britische Mutter Anfang 2002 die Umbenennung in O2 beschloss, ging es erst richtig los. Jetzt machte es Otze! Aufklärungskampagnen für Kinder im Umgang mit Mobilfunk, Kindergärten und hauseigenes Fitnesscenter für die Mitarbeiter, Spenden und soziales Engagement, Nichtraucherkurse und Party, Party, Party. Über 80% der Mitarbeiter waren stolz für Rudi zu arbeiten. Vom Konkurrenten E-Plus holte Gröger den charismatischen Franz Beckenbauer, der mit blauen Blubberblasen die Sympathiewerte steigerte. Die damals noch berühmte Anke Engelke, das deutsche Fräuleinwunder Veronica Ferres und die aufstrebende Operndiva Anna Netrebko folgten. Anfangs wurde dieser blaue Marktauftritt von den Experten als super-dämlich belächelt, die Wirkung jedoch nicht mehr. Bis 2007 wurde Rudi zum Liebling der Münchner Schickeria, Ehrendoktor der Münchner TU, Manager des Jahres, bester Arbeitgeber, gefragter Berater in Politik und Wirtschaft. Jetzt hatte O2 fast 11 Mio. Kunden, über 3 Mrd. Umsatz und war drittgrößter deutscher Anbieter. Die Party war in vollem Gang. Und Rudi lächelte in jede Kamera. Hussa! Super! Dann kam dieses erste Quartal 2007. Auf einmal brachen die Umsätze ein, die Neukunden blieben aus, die Margen waren weg. Plötzlich hörte man wieder deutlich das Zähneklappern der Shareholder. Trotz fünfmaligem Double musste Rudi ganz schnell den Magath machen. Was lernen wir daraus? Schön spielen darf nur, wer auch Punkte einfährt. Stakeholder sind nur geduldet, wenn die Kurse steigen? Viele Kunden holt der Kleine nur, wenn der Oberfuzzi schwächelt? Der Gastgeber sollte nicht auch noch den Pausenclown geben? Das jetzige, spanische Mutterhaus Telefónica jedenfalls hat schon einen rigiden Sparkurs angekündigt. Für einige Tausend Mitarbeiter wird die Musik dauerhaft Pause machen. Rudi wird auf eine Stabstelle abgeschoben, von der aus er sich neue Ufer suchen wird. Und aus Spanien schicken sie uns einen neuen Lopez, der diesmal Jaime Smith heißt. Alles Gute, liebe Blubberbläschen. Und ich hatte mich schon so darauf gefreut, die Bläschen nachts am Munich Tower blubbern zu sehen. Rudi, mach's gut!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Balance Marketing um 21:13

Vom Lotto Glück und Pech zugleich

Steht da geschrieben. In meiner Benachrichtigungs-E-Mail und der darauffolgenden SMS. Eine Zahl bei Super 6 oder Spiel 77 oder wie das heißt. Oder doch 3 Richtige. Aber im Betreff steht nur: Sie haben im Lotto gewonnen. Schön, oder? Schön, nicht? Denn für einen kurzen, klitzekleinen Augenblick rollt diese warme Welle der Hoffnung über mich hinweg. Ein Volltreffer! Für diesen kurzen Augenblick lohnt sich der ganze Quatsch mit dem Lotto. Ich habe Statistik in der Uni gehabt. Keiner spielt Lotto, der Statistik in der Uni hatte. Außer mir. Denn da sind diese zwei Seelen in meiner Brust. Die sich immer gegenseitig herausfordern. So auch hier. Denn wenn ich nur für einen weiteren Moment darüber nachdenke, was passieren würde wenn, dann wird mir ganz anders. Manchmal will man eben etwas, was man, wenn es sich dann einstellt, plötzlich mit ganz anderen Augen sieht.Dann ist Schluss mit dem alten Leben, mit der Ruhe. Mit den selbstgemachten Problemen. Dann kommen Probleme hinzu, die sind wie ein Sack voll Flöhe. Von denen ahnt man noch nichts. Aber die werden kommen. Denn man sieht eben nur das, was man sehen will. Und nicht, welche Ballaststoffe damit einhergehen. Somit wünsche ich mir auch, dass ich nicht gewinne. Schon verrückt, oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:40

Montag, 25. Juni 2007

Was sind das für Menschen, die keine Gebrauchsanweisungen lesen?

Menschen, wie ich. Und Du?! Wenn ich einen IKEA Schrank kaufe, oder das Gestell für eine Hängematte, oder eine Espresso Maschine in Betrieb nehme, nehme ich grundsätzlich keine Gebrauchsanweisung zur Hand. Nur in ganz aussichtlosen Fällen. Aber da kommt meistens jemand anderes mit dem Zettel um die Ecke: „Aber hier steht...“ Quatsch, lass mal schauen. Das kann doch nicht sein.Es liegt bestimmten Menschen im Blut, dass sie sich alles lieber selbst erarbeiten. Was auf dem Weg zu einem Ziel sicherlich nicht förderlich ist. Es ist eine Art Charakterzug, den man zu Lebzeiten nicht los wird. Man sammelt nur mehr und mehr Erfahrungen. Auch bei IKEA Schränken. Ich weiß, wovon ich rede, ich habe 7 Jahre lang mit einem Schrank gelebt, bei dem die Bodenplatte falsch herum war. Das weiße Dekorfurnier war auf der Wandseite und man sah nur die Holzraspeln der Pressspanplatte.Es zieht sich wie silberner Imbusschlüssel durch mein Leben, am Anfang alles selbst zu versuchen und keine Gebrauchsanweisung zur Hand zu nehmen. Es schult zum einen unglaublich das Abstraktionsvermögen und somit die Kreativität so vorzugehen. Zum anderen dauert es oft länger und macht einem eine Menge Ärger. Somit kann ich nur jedem empfehlen, sich der Herausforderung zu stellen. Alle Teile ausbreiten und dann sich logisch versuchen vorzustellen, wie könnte das alles zusammenpassen. Und dann viel Spaß.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:53

Freitag, 22. Juni 2007

Read this...

You better believe!

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 18:37

Es kommt der Moment – da muss die Säge sägen

Wer heute noch nicht so recht lachen konnte, weil sich kein Anlass ergeben hat, hier gibt es 10 gute Gründe, den Kaffee in die Tastatur zu prusten. Glaubt es mir. Realsatire nennt man das, glaube ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 17:53

Über die Kunst, sich nicht die Marmelade vom Brot nehmen zu lassen

Gerald Weinbergs Gesetz der Himbeermarmelade "The law of raspberry jam"Das Gesetz der Himbeermarmelade lautet: Je größer das Brot ist, auf dem man die Himbeermarmelade verteilt, umso dünner wird die Schicht! Mit anderen Worten: Je größer die Zielgruppe, an die der Kunde sich wendet, umso weniger kommt beim Einzelnen an.(Danke für den Hinweis Ralf, you made my day)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 15:27

Achtung: Das kann ich nicht mehr hören - muss aber!

Achtung: Hier folgen die Top 50 Formulierungen, die ich mehr als 25.000 mal in meinem Leben schon gehört habe:1. Vorsicht2. Das kann man so nicht machen2. Bist du verrückt3. Da musst Du (höllisch) aufpassen4. So geht das nicht5. So klappt das nie7. Das hast du nun davon8. Das ist (viel) ist zu gefährlich9. Das schaffst Du nicht10. Selbst Schuld11. Niemals12. Keine Chance13. Wie soll das denn gehen?14. Das mach mal schön alleine15. Das glaub ich (dir) nicht16. Du hörst ja auf keinen / niemanden17. Wo warst/steckst du?18. Was denkst du gerade?19. Versteh ich nicht20. Das gibt Ärger 21. Du hast doch keine Ahnung22. Mach doch, wirst schon sehen, was davon hast23. Also, da habe ich aber große Bedenken24. Das versteht doch keiner25. Muss ich mal sacken lassen26. Damit überraschen Sie mich jetzt aber27. Damit hätten wir aber nicht gerechnet28. Ich habe gehört....29. Ich habe gelesen...30. Das habe ich doch schon mal irgendwo gesehen31. Also so weit ich mich erinnern kann...32. Du spinnst33. Das Risiko ist viel zu groß34. Komm, lass das...35. Damit handelst du dir nur Ärger ein36. Hast du mal Feuer37. Bring den Müll raus38. Du musst Milch kaufen...39. Kennst Du....?40. Bist Du nicht...?41. Hast Du....genommen/ weggegessen42. Was hast du dir dabei gedacht?43. Setzt dich gerade hin44. Wie isst du denn?45. Hör mal auf so viel ...46. Du übertreibst mal wieder47. Was hast Du gemacht?48. Hast Du meine/n...?49. Ich ruf dich an...50. Wir müssen uns mal wieder treffen...In was für einer Welt leben wir, in der 80% der Formulierungen die einem begegnen negativ, warnend und wenig Mut machend sind? Und worüber wundert man sich dann noch über so eine kollektive Unentschlossenheit.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:29

Donnerstag, 21. Juni 2007

Nichtraucher

Ich habe mit dem Rauchen aufgehört. So vor ungefähr sieben Jahren. Davor habe ich 20 Jahre geraucht. Davon die letzten 15 Jahre zwei bis drei Packungen am Tag. Oft wollte ich aufhören. Das Gewissen hat mich oft geplagt. Krebs? Aber alle Versuche, mein Leben zu erhalten, geschweige zu verlängern sind kläglich gescheitert. Der Wunsch war da, aber die Lunge war schwach. Somit hangelte ich mich von einem guten Vorsatz zum anderen. Und dazwischen habe ich ordentlich erstmal eine geraucht. Mein Leben wurde zu dieser Zeit, komplizierter und aufwendiger. Zudem war ich auch nicht mehr der Jüngste. Was mich zunehmend am Rauchen aufregte, war der Aufwand und die Energie, welche das Rauchen verbrannte. Eine Stange im Auto, eine zu Hause, eine im Büro. Zahlreiche Feuerzeuge überall. Und trotz dieser totalen Überversorgung entstanden immer dieselben Engpässe.Somit musste immer genügend Kleingeld da sein. Denn ständig kam der Moment, in dem die Versorgung abriss. Und dann musste man noch mal raus. Entweder zum Automaten oder zur Tanke. Denn die Versorgung riss immer nachts ab. Der nächste Automat war die Hölle. Er hatte die unangenehme Angewohnheit, Geld einfach zu verschlucken. Somit war das eine Art Kippen-Roulett. Alles oder nichts?! Mist – Nein, das kann doch nicht wahr sein. Also doch zur Tanke. Diese mächtige Organisation meiner Sucht. Die immer ausufernder wurde. Wobei im gleichem Zeitraum meine zur Verfügung stehende Energie zum einen sehr beansprucht wurde und abnahm. Das alles zusammen führte dazu, dass ich eines Montags morgens aufwachte. Und die erste Zigarette vor dem Kaffee, der Toilette und dem Zähnputzen einfach ließ. Mit dem Satz, ihr seid echt zu anstrengend. Somit habe ich das Rauchen unterbrochen für sieben Jahre. Wenn ich noch 13 Jahre dem hinzugeselle, dann darf ich mich Nichtraucher nennen. Bis dahin bin ich nur Raucher, der eine Zeit nicht raucht. Aber es ist schon seltsam, dass nicht Tod und Teufel mich von der Zigarette weg brachten. Nicht dieses Heer der tödlichen Krankheiten. Sondern einfach nur der Stress, dem mir die Zigarette bereitet hat. Und der Erfolg stellte sich unmittelbar ein. Mit standen plötzlich zusätzliche Kapazitäten zur Verfügung – Wahnsinn. Denn seitdem bin ich den ganzen Versorgungs-Stress meiner Sucht los. Das ist wunderbar.Aber ich habe das Rauchen geliebt. Das Ritual. Dieses Gefühl. Die ganze Bewegungswelt um das Handling. Das Rauchen war mehr ein Ausdruck meiner Persönlichkeit, meines Charakters. Das Rauchen unterstrich genau das. Deshalb rauchte ich auch so gerne und so viel. Aber wie gesagt, der Tag kam. Da war mir das alles einfach zu viel. Und was einem zu viel ist, sollte man einfach lassen. Damit man sich dem, was einem zu wenig ist, voll und ganz widmen kann.
Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:45

Mittwoch, 20. Juni 2007

10 Regeln für weniger Werbeaufwand und mehr Werbewirkung

1. Werbeagenturen werden für das Entwickeln und Umsetzen von Werbemitteln und Maßnahmen bezahlt. Stoppen Sie das. Drehen Sie den Spieß um und beteiligen Sie ihre Agentur am erzielten Erfolg. Zudem bieten Sie der Agentur an, das nicht verwendete Budget Halbe-Halbe aufzuteilen.2. Zahlen Sie deutlich mehr für die Idee, das Konzept und die Strategie und weniger für die Umsetzung. Verdoppeln Sie die Stundensätze für Ideen und halbieren Sie die für die Umsetzung.3. Führen Sie einen okölogischen Faktor ein. Der sich ökonomisch auswirkt. Ideen, welche die Umwelt weniger belasten, bringen eine Bonus-Zahlung. Idee, welche die Umwelt mehr belasten, bringen keinen Bonus.4. Führen Sie einen Wirkungsgrad-Index, welcher ebenfalls eine Sonderzahlung in Aussicht stellt. Oder eben nicht. Ideen, von denen Sie sich eine hohe Werbewirkung bei geringen Budgetmitteln versprechen, werden mit einer üppigen Sonderzahlung honoriert. Welche nur eine Wirkung in Aussicht stellen bei hohen Budgetbelastungen bringen keine Sonderzahlung.5. Erklären Sie Ihrer Agentur, dass sie die einmalige Chance erhält und in Zukunft wesentlich mehr Geld verdienen kann, wenn der Aufwand zählbar und spürbar veringert wird. Also, Ideen lohnen sich mehr denn je. Der GrossIncome der Agentur steigt mit der Qualität der Ideen und damit, wie wenig sie das belasten. 6. Schaffen Sie den Overhead Ihrer Agentur ab. Und zahlen Sie diesen auch in Zukunft nicht mehr. Sie benötigen nur einen kreativen Berater oder einen beratenden Kreativen. Mit dem machen Sie klar, was Sie wollen, brauchen und wo es lang geht. Somit bringen Sie Ihrer Agentur bei, dass die zukünftige Personalpolitik sich ändern muss. Weg vom Aufwand hin zu Lösungen.7. Schaffen Sie sich und Ihrer Agentur kreativen Freiraum. Entwickeln Sie oder lassen Sie konstant, konsequent Ideen, Konzepte, Strategien und Ansätze entwickeln. Nicht erst, wenn eine Aufgabe sich stellt. Die Themen sind immer dieselben, deshalb lassen Sie immer noch Möglichkeiten suchen. Dann haben Sie diese, wenn Sie sie benötigen, sofort zu Hand.8. Verdeutlichen Sie Ihrer Agentur, dass sie alles, was der Idee nicht dient, getrost weglassen kann. Dass sich alles Denken und Handeln ausschließlich auf die Qualität der Wirkung von Ideen zu konzentrieren kann. Keine aufwändigen Präsentationen. Keine aufwändigen Booklets. Nur die Idee.9. Belohnen Sie Mut. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Agentur den Mut aufbringt, weit über das Ziel hinauszuschießen. Lassen Sie die Kreativen laufen. Und holen Sie das Konzept dann mit der Agentur gemeinsam auf die Ebene der Machbarkeit zurück.10. Kommunizieren Sie regelmäßig und objektiv über die Wirkung der Werbemittel und Maßnahmen. Gehen Sie dabei nie der Suche nach einem Schuldigen nach, sondern immer der Suche nach neuen Lösungen.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:10

Dienstag, 19. Juni 2007

Update 6.0: XING – The beat goes on

Update 6.0: Alle wissen Bescheid. Oder? Was soll ich dem noch hinzufügen. Hier ein paar Anmerkungen.
Bild dir deine Meinung: Wer keine Ahnung hat, was los war, der sollte sich bei XING mal meinen Thread zum Thema "100 Ideen sammeln" reinziehen, im Forum Akquisition & Kundengewinnung. Gute Unterhaltung, aber bitte nicht erschrecken, am Ende wird alles gut: https://www.xing.com/app/forum?op=showarticles;id=4546384

Das Ergebnis von 3 Tagen Gemeinsamkeiten kann sich sehen lassen: www.100Ideen.atUnd wer davon noch nicht genug hat, kann sogar weiter machen unter: www.100ideen.at/neue/ideenAuf die Frage: Bringt XING was, muss man natürlich zuerst fragen, was man erwartet. Ich habe 31 tolle, persönliche Kontakte knüpfen können. Ich habe in 7 Tagen 330 Mails erhalten, bis auf 9 waren alle sehr positiv. Ich hatte über 35.190 Besucher auf meinen Thread. Über 792 Beiträge. Für den Thread zu meiner eigenen Vorstellung interessierten sich in nur 3 Stunden über 6.500 Besucher (dann wurde er abgeschaltet). Und genau 83 Antworten. Dann kommen noch ca. 4.000 Beiträge quer durch alle anderen Threads, bei dem es um meinen und mich ging. Von Hexenjagd bis Lobeshymnen. Die note-blog Seite hat ihre Besucherzahl mehr als verdoppelt. Die Zahlen steigen weiter. Somit ist auf der reinen Zahlenseite alles bestens. Aber auf der viel wichtigeren Seite, stellen sich noch viele Fragen. Darüber muss ich noch nachdenken.Montag 18. Juni: Die Blog-Szene bekommt Wind von der Story:Der Best Practice Business BlogMarketing BlogGerold Braun Das wird ja immer besser, XING Mitglied Elke Illgner hat sich die Mühe gemacht alle Ideen in ein PDF-Format zu packen. Wer will den Download gibt es hier: 108 IDEEN.PDF

19 Juni: XING Mitglied Andreas Tasch hat den Button zum Thread:

Eine kleine Button-Auswahl zum Ideen-Download gibt es hier: www.attec.at

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 18:52

Wer aufhört zu rudern, hört auf, sich fortzubewegen

Es geht nicht darum, dass wir mehr oder weniger im selben Boot sitzen. Sondern dass jeder seinen Teil dazu beiträgt, dass dieses oder ein anderes Boot sich vorwärts bewegt. Denn wer nicht mitrudert, der verlangsamt den Fortschritt. Somit kann man etwas nur bewahren, indem man es bewegt. Nicht indem man sich nicht an der Fortbewegung beteiligt. Für Viele gilt das nicht. Die glauben, es reicht, wenn die anderen rudern. Immer die anderen. Die meisten verlassen sich immer auf die anderen. Somit hat man auch immer eine gute Erklärung oder einen Schuldigen wenn etwas nicht funktioniert. Es sind immer die anderen. Die Passivität der meisten um das, was sie zu bewahren haben, ist der erste Schritt, es zu verlieren. Jeder am Kapitalmarkt weiß das. Jeder Unternehmer weiß das. Und im Stillen, wissen das auch alle anderen. Aber man lässt sich dann doch lieber bequem von anderen durchs Leben rudern. Das ist besonders schade, weil es nicht wenige Menschen in unserer Gesellschaft gibt, die darauf angewiesen sind, dass andere für sie mitrudern. Somit sind die Lasten sehr ungünstig auf die wenigen verteilt, die täglich reinhauen. So verhält es sich in allen Systemen unserer Gesellschaft. Viele versuchen, ohne eigenen Einsatz mit nach vorne zu kommen. Oder die Erwartungen an einen minimalen Einsatz sind verhältnismäßig viel zu groß. Dabei geht es nur darum, mitzu udern. Mitzudenken und mitzumachen. Denn wenn alle entsprechend ihren Wünsche und Träume mitmachen würden, wäre es um die Zukunft aller wesentlich besser bestellt. Aber so ist der Mensch, er sagt: Wir sitzen alle in einem Boot! Denkt aber: Rudern tu ich nicht.
Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:26

Montag, 18. Juni 2007

Sinn statt Vernunft

Längst haben viele den Sinn völlig aus den Augen verloren. Das Machbare ist zum erstrebenswerten Ziel mutiert. Der Kompromiss gilt als Errungenschaft. Man arrangiert sich. Der kleinste gemeinsame Nenner – ist das Höchste. Der Konsens. Das genügt. Die Übereinkunft. Das Mittelmaß. So viel eigenen Nutzen aus etwas gewinnen, wie es nur geht. Sich durchgesetzt haben. Macht erringen. Opfer bringen. Die Vernunft hat längst die Oberhand gewonnen. Der Sinn ist abhanden gekommen. Aber das wird nicht so bleiben. Das ist nie so geblieben. Nichts ist immer so geblieben, wie es mal war. Sogar das Selbe verändert sich ständig. Der Zustand zur Zeit:Das ist so, als ob man nicht mehr gemeinsam am Tisch sitzt und isst, was man zuvor gemeinsam zubereitet hat. Sich beim Essen austauscht. Sondern nur noch alles Wesentliche in Tablettenform aufgelöst in einem Glas Wasser zu sich nimmt. Sehr vernünftig, diese Tabletten, oder?Man ist schon ganz blind dem eigentlichen Sinn gegenüber, weil nur noch nach der Vernunft Ausschau gehalten wird. Was war eigentlich der Ausgangspunkt. Worauf wollten alle eigentlich hinaus. Was wäre das Wünschenswerteste. Das Höchste. Das Erstrebenswerteste. Das Höchste der Gefühle. Das Maximum. Das Ideal. Das Größte. Der Sinn als Ziel wird gar nicht mehr gestellt. Oder nicht ernsthaft. Die Frage nach einem Kind, wird dabei ebenso vernünftig behandelt, wie die nach Veränderungen, Entwicklungen, Standorten, Investitionen und Einsparungen. Ich mag die Vernunft nicht. Überhaupt nicht. Ich glaube, das merkt man mir an.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:52

Sonntag, 17. Juni 2007

Die schwere Last der Veränderung

Wer kennt das nicht. Den gut gemeinten Rat. Wenn alle um einen herum zu wissen scheinen, wie es geht, besser, anders. Oft denke ich darüber nach, wie es wohl meinen Kunden geht, meinen Mitarbeitern. Wenn ich mal wieder Gewohntes in Frage stelle. Wenn ich wieder mit was Neuem um die Ecke komme. Wenn mal wieder der Anschein obsiegt, das Bessere könnte der größte Feind des Guten sein. Wenn diese Menschen etwas Bestehendes zerstören müssen, damit etwas Neues daraus entstehen kann. Dabei war es doch nicht so schlecht. Lange war mir dieser Veränderungsprozess für die andere Seite, aus Sicht der anderen Seite völlig unklar. Der Aufbruch zum Neuen, die Faszination für die eigene Idee haben alles überlagert.Somit ist es ein leichtes für mich, andere aufzufordern, loszulassen. Denn ich muss es ja nicht tun. Ein neues Logo, ein neuer Claim, eine neue Strategie, ein neues Konzept. Für mich war der Weg zum Besseren immer klar. Die damit einhergehende Zerstörung war mir nicht bewusst. Das ist sie aber im Laufe der Zeit. Somit sprenge ich nicht mehr Altes weg. Oder reiße es mit einem kreativen Überfallkommando ein. Sondern ich übe mich darin, den Verlust zu berücksichtigen. Zu respektieren. Denn so gut die Aussichten auch sein mögen, so muss man lernen, zu verstehen. Dass man für Viele das Ruder herumreißt. Die Richtung völlig ändert. Einfach mal so. Und dabei vom Gewohnten keinen Stein auf dem anderen lässt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 17:44

Freitag, 15. Juni 2007

messner mountain museum bozen

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 22:16

grossglockner hochalpen strasse

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 03:29

Donnerstag, 14. Juni 2007

6.93 € für ein Nein - Die Bahn macht Gewinn, aber wie

Meine Frau hat gerade versucht eine Auskunft von der Bahn zu bekommen. Hotline anrufen für 99 Cent pro Minute. Hintergrund, sie hat ein Mutterkindabteil und wollte wissen, ob zwei weitere Plätze in ihrem Abteil noch zu reservieren wären. Es hat geschlagene 6 Minuten und 58 Sekunden gedauert um die nötige Info zu erhalten. Das bedeutet: 6.93 € für ein Nein. Was meine Frau dabei so ärgert ist, dass die Dame an der Hotline so langsam gesprochen hat, dass man die Buchstaben hätte mitzählen können und alles 3-mal wiederholt hat. "Die Bahn kommt"wirklich, aber wie - mit Telekom nicht mit einem Zug.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 19:57

Danke XING. Die Fangemeinde wächst rasant, aber hält sie auch, was sie verspricht?

Gerade mal ein paar Tage dabei und es gibt reichlich unterschiedliche Reaktionen. Viele unerwünschte, da gibt es reichlich auf die Schnauze, aber zum Glück haben auch einige Gleichgesinnte auf diesem Weg zusammen gefunden. Das freut mich sehr. Seltsam ist zu beobachten, dass negative Äußerungen immer öffentlich im Forum für alle sichtbar ausgetragen werden. Positiver Anklang zumeist per E-Mail kommt. Könnte bedeuten, dass eine bestimmte Art von Menschen die Oberhand hat und andere nicht unter deren Räder kommen wollen. Also, wird Positives von der Öffentlichkeit des Forums wenig wahrgenommen. Daran muss man sich erst gewöhnen, wenn man will. Ist aber ein ganz schön schwerer Brocken. Also, für mich. Die Vorwürfe sind so unglaublich und unhaltbar wie das stark anwachsende Interesse mich freut. Oder wie sagte jemand: Die Kürze eines Glücksgefühls wird durch die Höhe, welche es erreicht weit übertroffen.Mein erster Beitrag, den ich leisten wollte: Bitte nur die nachsehen, die sich für mich freuen. Alle anderen besser nicht. Somit bleib ich dran, an der Frage XING oder NOTHXING? (Randbemerkung: Die Besucherzahl ist sehr stark angestiegen, aber ob es das hält, was es verspricht?)

Und das zum Thema Besucherentwicklung. Links ist vorher, in der Mitte ist Tag 1, und rechts ist seitdem.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 15:08

Die zwei Gesichter der Verbundenheit

Im Laufe der Jahre habe ich zwei Arten von Verbundenheit kennengelernt. Das hat sicher jeder. Die emotionale Verbundenheit und die rationale Verbundenheit. Die emotionale ist einfach da. Um diese muss man sich nicht bemühen und mühen. Sie kostet nichts. Man gewinnt durch sie einfach. Man muss nur durch Intensität den Kontakt aufrechterhalten. Das hat nichts mit Quantität zu tun. Nichts mit dem materiellen Wert an sich. Mit einem Menschen, mit dem man eng verbunden ist, reicht es aus, dass man weiß, dass es ihn gibt oder gab. Emotionale Verbundenheit bewahrheitet sich ausschließlich auf der Gefühlsebene. Stimmt diese und ist diese mal erreicht, dann entschuldigt man so gut wie alles. Kann Dinge akzeptieren, die man vorher kategorisch ausgeschlossen hat. Die stärkste Verbindung, die stabilste, die mit der größten schöpferischen Kraft ist die rein emotionale Verbindung.Diese zu erreichen, ist auch die schwerste. Denn sie wird torpediert von der rationalen Verbindung. Die nur auf Nutzen aus ist. Das nutzt mir. Das bringt mich weiter. Das hilft mir auf meinen Weg. Das wirklich Problematische an der rationalen Verbundenheit ist, dass man diese nur schwer bis gar nicht von der emotionalen unterscheiden kann. Denn sie missbraucht und benutzt dieselben Verhaltensweisen, Gesten, Vokabeln, Formulierungen. Sie kopiert die emotionale Verbundenheit, so gut es geht.Aus welchem Holz eine Verbundenheit geschnitzt ist, erfährt man erst, wenn beide keinerlei Nutzen voneinander beziehen können. Oder wenigstens einer. In einem solchen Zeitraum kann man, wenn man will, gut erkennen, auf welchem Fundament eine Verbundenheit aufbaut. Die meisten wollen das aber gar nicht so genau wissen. Sie genießen lieber das gute Gefühl, mit vielen Menschen sehr eng verbunden zu sein. Riskieren dabei aber auch die Höchststrafe, die große Enttäuschung, aus allen Wolken zu fallen. Wenn der Nutzen am anderen oder an einem selbst abrupt abreißt. Vielen ist das egal. Denn sie haben ihren Nutzen aus der Verbindung ausgiebig ausgekostet. Es war immer Teil des Spiels. Man tut so, als ob. Und macht sich nicht mehr vor als wirklich ist. Man überspielt die ständig wiederkehrenden Enttäuschungen. Man lernt, damit zu leben. Mit der Oberflächlichkeit von Verbundenheit. Denn sie dient den persönlichen Zielen. Auch wenn sie sich falscher Werkzeuge bedient. Mittel zum Zweck. Da darf man eben nicht dünnhäutig sein. Reißt der Nutzen ab, reißt die Verbundenheit ab. Welchen Sinn ergibt auch eine rationale Verbindung,

welcher der Nutzen abhanden gekommen ist. Da spielen Gefühle keine Rolle. In der Regel bleibt bei einer solchen Konstellation ein Gedemütigter zurück. Der sich mehr erhofft hatte. Das aber nicht zugeben wird, will oder kann. Somit besteht eins meiner Ziele darin, emotionale Verbindungen zu erkennen, zu pflegen, zu suchen. Und rationale ganz offen als solche zu deklarieren. Damit jeder weiß, woran man ist. Und über gute Kommunikation den Stand und die Qualität der Verbundenheit dem anderen regelmäßig zu vermitteln. Mein daraus entstehender Nachteil ist ein wirtschaftlicher. Damit kann ich gut leben. Denn mein daraus entstehender Vorteil ist ein emotionaler. Und mit dem kann ich viel besser leben. Leben mit offenen Karten. Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Mittwoch, 13. Juni 2007

Geschmackssache

Über Geschmack läßt sich vortrefflich streiten. Die Frage ist nur, wer hat etwas letztendlich zu entscheiden? Denn nicht wer die Entscheidung inne hat, hat Geschmack. Sobald es um subjektive Betrachtung geht, lässt sich der Mensch gerne beraten. Beraten? Nein, er hat eine unveränderliche Sicht der Dinge und will diese nur bestätigt bekommen. Deshalb kann man sehr schön beobachten: Wo viel Geld und der Entscheider übereinstimmen, ist es mit dem guten Geschmack nicht weit. Der Mensch ist von Haus aus beratungsresistent. Außer es betrifft ihn nicht. Oder er ist nicht eitel, oder nur am Ergebnis interessiert. Aber das ist äußerst selten anzutreffen. Und da man die Hand, die einen füttert, nicht beißt, sondern leckt – darum sehen die Dinge oft so aus, wie sie aussehen. Da entscheiden Konzernchefs über Design, Politiker über das Stadtbild und so weiter. Und diejenigen, die es entscheiden könnten, dürfen es nicht. Somit ist in Sachen Geschmack die Welt noch in Schieflage und wird es auch bleiben. Denn Geld und Macht, kann diese Defizite nicht kompensieren. Niemals.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:20

Dienstag, 12. Juni 2007

XING sei Dank! Herzlich willkommen! (Upd.)

Eine sehr nette Frau bat mich, Mitglied in einem bestimmten XING Forum zu werden. Sie wusste nicht, was sie tat. Da geht es um Akquisition & Kundengewinnung. Eigentlich bin ich kein sehr großer Fan von stark theoretisch orientierten Dingen. Aber dann habe ich an Frank Herold gedacht und seine wahren Worte zu diesem Thema. Und dann habe ich mir was ausgedacht. Und siehe da, es funktioniert. Falsch, es ist förmlich explodiert:Von meinem Eintritt um 11.37 Uhr, heute, bis zu seiner Schließung um 14.16 Uhr hatte der Thread über 5.000 Abrufe. Jetzt, um 17.14 Uhr, sind es schon über 6.000. Zudem haben sich über 80 Beiträge angehäuft. Ist das nicht Weltrekord?(...)So geschehen heute. Warum? Weil es mich überkam. Ich wollte einfach nicht mal leise "Hallöchen" sagen. Und mich in eine Ecke verziehen. Die Reaktionen waren natürlich geteilt. Eher negativ. Das ist nun mal das Schicksal von wirkungsvollen Ideen.Weltrekord? Schau mer mal!Update: Habe eine E-Mail bekommen mit einer negativen Reaktion zum gestern gestarteten Ideenartikel auf Xing. Diese bezieht sich auf eine nun gelöschte Textpassage oben. Okay, das war missverständlich formuliert. Das Ziel hier und in Xing ist ein Austausch. Wer den sucht, findet ihn. Wer auch noch Humor hat, tut sich damit bestimmt leichter. Dass damit Menschen, die anders gestrickt sind, nichts anfangen können, hab ich mir schon gedacht. Das soll aber nicht heißen, dass ich keinen Respekt oder keine Achtung vor diesen hätte. Danke nochmal für die Reaktionen – auch für die ablehnenden. Eine Konversation ist eine Konversation ist eine ...

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:58

Homöopathisches Marketing?

Wer kann sich noch daran erinnern, wann er das erste Mal etwas über Homöopathie gehört hat? Oder wann er das erste Mal ein homöopathisches Mittel genommen hat? Ob es gewirkt hat, ob es wirkt? In wie weit diese Art der Medizin neben der Schulmedizin ins eigene Leben eingezogen ist? Warum überhaupt? Die Werkzeuge und Mittel der Vergangenheit haben doch ganze Arbeit geleistet. Die fähigsten Fachkräfte haben für alles ein Mittel entwickelt. Warum eine so schwammige, schwer nachweisbare, veraltete und so untypische Medizin? Die Proteste der Schulmedizin waren laut und heftig. Die Homöopathie wurde mit Vorliebe ins Lächerliche gezogen. Und dann auch Qigong, Shiatsu und die ganzen anderen seltsamen Behandlungsmethoden. Was für die einen Humbug war und ist, ist für viele zunehmend zu Lösung von Problemen geworden. Und diese Anwendungen rollen die Schulmedizin in vielen Bereichen von hinten auf. Ob man das will oder nicht. Ob man daran glaubt oder nicht. Das alles ist einer Entwicklung egal.Diese Entwicklung im Denken und im Handeln kann man auch mit der sichtbaren Entwicklung in der Wirtschaft, in der ganzen Gesellschaft vergleichen. Die schulmäßigen Konzepte und Strategien verlieren zunehmend an Bedeutung. In vielen Bereichen macht sich in der Wirtschaft so etwas wie Homöopathie breit. Nicht, weil die Firmen so schlau sind. Nein, weil die Bedürfnisse sich verändern. Und die Firmen sich diesen Veränderungen anpassen müssen, wollen sie nicht an Status verlieren, oder ganz verschwinden. Mit den Inhalten, Einstellungen und Wirkungsfeldern der modernen Wirtschaft kann nur kaum einer was anfangen. Das klingt für viele unverständlich, verweichlicht und ziellos. Gleichgewicht?! Was soll das? Was bringt das? Was kostet das? Energie! Ja, schön und gut. Aber welchen Einfluss hat Energie auf mein betriebswirtschaftliches Ergebnis? Die Übersetzung vieler gesellschaftlicher Bedürfnisse, die längst schon zum Ausdruck kommen, werden nur schwer von den Unternehmen als Chance wahrgenommen. Das Erkennen fällt schwer.Somit ist der Weg für Human- und Balance-Marketing zwar unausweichlich. Aber das Beschreiten dieses Weges sollen andere erst mal erfolgreich vormachen. Dann würde man eventuell selbst folgen. So ist es wie immer, man überlässt bereitwillig die Innovationschance und den daraus entstehenden Vorsprung lieber anderen. Als selbst den ersten Schritt zu tun. Erst wenn die Schulmedizin völlig versagt, oder auf Symptome keine Antworten mehr hat, dann ist es zwar meist zu spät, aber wenigstens gab es eine späte Einsicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 11:42

Quel malheur 1: Der Probealarm

Da ich in regelmäßigem und ständigem Kontakt zu anderen Agenturen stehe, was ich mir in meinem Vorleben eingehandelt habe, teilen diese mir natürlich auch ihre kritischen Bemerkungen, Tendenzen und Entwicklungen mit. Eine davon ist die "Verschleppung". In den letzten Jahren ist diese zunehmend schlimmer geworden. Das Problem der Verschleppung wirkt sich wie folgt aus:Der Kunde und/oder der Neukunde hat ein Problem auf dem Tisch. Ein schneller

Griff zum Hörer und schon werden die Pferde wild gemacht. Auf Agenturseite wittert man das Geschäft und natürlich dem Kunden und/oder Neukunden schnell zur Seite stehen zu können. Alles wird in Bewegung gesetzt und binnen kürzester Zeit wird eine Lösung präsentiert. Gefahr erkannt, Gefahr gebannt! Denkt der Normalsterbliche. Weit gefehlt. Die hohe Schlagzahl aller wird abrupt gebremst. Und nun hört man Tage, Woche und länger nichts mehr von dem einstigen Problem. Diese Verschleppung demotiviert die Agentur brutal. Ständig raus aus den Federn und in 100 Fällen entpuppt sich der Alarm in 90 Fällen als blinder. Somit stumpft die Agentur zunehmend ab. Und kann unmöglich unterscheiden zwischen echtem und blindem Alarm.Das ärgert den Kunden und/oder Neukunden. Denn der nützt diese freie Verfügung gerne und häufiger. Und wenn die Agentur nur noch müde abwinkt und entgegnet, jetzt machen wir erst mal einen Kostenvoranschlag und dann sehen wir weiter, bemerkt der Kunde, dass er seine Agentur trocken gefahren hat. Somit benötigt er die nächste. Und auch der hängt er die Wurst in Geruchs- aber nicht Griffweite und das Spiel beginnt von Neuem.Das eigentliche Problem dabei ist nur, dass die Agenturen in ihrer eigentlichen Kernkompetenz immer schwächer werden, weil sie dort weniger gefordert werden. Und am Ende haben die Agenturen die Nase vorne, die wie ein Wachhund auf der Decke immer schön direkt neben dem Kunden wachen. Und deren einzige Qualität besteht darin, zu bellen.Nur bekanntlich können Hunde, die bellen, nicht beißen. Somit bleibt die Werbung leider wirkungslos. Eine traurige Entwicklung. Somit kann ich nur im Namen meiner Kollegen die Kunden bitten, über diesen Umstand mit der Agentur ein offenes Gespräch zu führen und den weiteren Umgang mit Probealarm, blindem Alarm und echtem Alarm genau zu besprechen.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 09:38

Samstag, 9. Juni 2007

Im Supermarkt ist meine Hölle los

Ich gehe nicht gerne einkaufen im Supermarkt. Irgendwas ist da in der Luft, das mir, sobald ich den Laden betrete, sofort auf den Magen schlägt. Und in Supermärkten gibt es keine Toiletten. Was ich nicht verstehe. Wäre doch ein netter Kundenservice. Und dann habe ich in der Regel nie einen Euro dabei. Somit beginnt der Stress schon beim Einkaufswagen Holen. Ich muss dann reinrennen und die Kassiererin bitten, mir zu wechseln. Da muss man immer warten, bis die Kasse auf ist, und alle anderen blicken einen schon völlig genervt an. Und wenn man Pech hat, dann hat man einen Einkaufswagen, bei dem ein Vorderrad spinnt und sich ständig um die eigene Achse dreht. Da muss man beim Schieben vorsichtig sein, weil der Wagen immer zu einer Seite zieht.Ach ja, die Parkplätze. Das hätte ich fast vergessen. Der Wilde Westen im deutschen Straßenverkehr herrscht auf den Parkplätzen von Supermärkten. Zurück im Supermarkt. So eiere ich mit meinem Einkaufswagen nun durch den Supermarkt von einem Ort zum anderen. Und währenddessen klingelt sicher noch 3 x mein Handy und meine Frau teilt mir mit, was ich unbedingt nicht vergessen darf. Was mir noch zusätzlich auf den Magen schlägt. Vor der Kühltheke wiegen apathische Menschen hin und her. So dass man schlecht an das Regal kommt. Das sind so Unentschiedene, die sich für kein Joghurt entscheiden können. So tänzeln sie in kleinen Schritten direkt vor dem Regal auf und ab.Fleisch und Käse ist für mich eine Rettungstheke. Weil sich endlich jemand meiner annimmt. Gerne quatsche ich ein wenig mit den Menschen auf der anderen Seite der Theke. Was einem sofort den Unmut der Wartenden einbringt. Man lässt sich eben nur bedienen und hält den Verkehr nicht auf. Mir ist aufgefallen, dass, umso älter die Menschen werden, sie immer ungeduldiger werden. Die haben keine Zeit. Am wenigsten haben Rentner Zeit. Das sind auch diejenigen, die sich am meisten vordrängeln. Und warum sind um 19.00 Uhr so viele Rentner in Supermärkten? Warum gehen die nicht um 10.00 Uhr morgens, wenn sie freie Bahn hätten?Das Obst- und Gemüseareal macht mich besonders nervös, weil ich bei der ganzen modernen Technik nicht mehr weiß, wann ich was wie nicht wiegen soll bei welchen Verpackungen. Somit hat man eine Bombe sicher im Wagen, die an der Kasse hochgeht. Jedenfalls stressen die Kassiererinnen im Aldi mich total. Das geht mir alles viel zu schnell und löst so einen Stress aus, dass ich immer versuche, witzig zu sein. In der Hoffnung, dass sie ein wenig schonender mit mir umgehen. Was mich immer wieder verblüfft ist das Mengen-Wert-Verhältnis. Für 80 Euro bekommst du alles fast nicht mehr ins Auto beim Aldi und beim Tengelmann sind das nur 3 Tüten voll. Oft muss ich nach der Kasse mich noch beim Brot anstellen. Das hat was von Le Mains Start. Wenn die Menschen den Kassenbereich verlassen haben, hechten sie rüber zur Brottheke. Hier wird es noch mal richtig hektisch. Da liegen dann 50 verschiedene Brotsorten und ich habe bis heute keine Ahnung. Bis heute ärgert es mich, dass man für Plastiktüten Geld bezahlt, obwohl ein Werbeaufdruck darauf ist. Was mich eine Zeit dazu veranlasst hat, Papiertüten zu kaufen. Nur da sind mir mehrmals die Griffe abgerissen, was zu hässlichen Szenen auf dem Parkplatz geführt hat, oder zu Hause. Somit versuche ich, an eine Kiste zu denken, was ich aber in 100 Fällen 95 Mal vergesse. So muss ich doch auf die bunten Bezahltüten zurückgreifen. Bei der Flaschenrückgabe habe ich immer das Gefühl beschissen zu werden. Da sind so Praktikanten, die zählen so herum, tippen was ein und das war's. Die Kisten sind auch sofort weggeräumt, so dass man nichts mehr prüfen kann. Also ich weiß nicht, ob es so ist, aber das Gefühl beschleicht mich hier schon, immer und für immer beschissen zu werden. Nun gut, ein bisschen Schwund ist immer. Die Hautfarbe von Menschen hinter Kühltheken kommt mir auch immer gut abgehangen vor. Das liegt sicher am schlechten Licht, das gut für das Fleisch ist. Aber die Hautfarbe empfinde ich immer als kränklich bis hin zu unappetitlich. An der Kasse herrscht eine eigene Welt. Immer werde ich verfolgt von der Angst, dass der Kassierer aufschaut und eine Ware mehrmals dreht und wendet, um dann ins Mikrofon zu tuscheln: "Ich brauche einen Preis an Kasse 2." Das ist der Alptraum. Wenn alle aus der Reihe einen vorwurfsvoll anblicken. Es kann so viel beim Einkaufen daneben gehen, dass es mich wundert, dass meistens alles relativ glatt läuft. Aber ich mag es nicht. Die Atmosphäre. Die Luft. Der Stress. Die Menschen ohne Geduld. Die Hautfarben. Das Gedrängel. Ein Wunder, dass einem das Essen so gut schmeckt, wenn das Vorspiel bis dahin alles andere als sexy ist. Aber man lässt es eben über sich ergehen. Wenn ich einen Supermarkt machen würde, dann sähe der anders aus. Ganz anders. Aber sicherlich würde der nicht funktionieren.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 15:02

Donnerstag, 7. Juni 2007

Der Spaminator

Ich habe gerade Mal einen flüchtigen Blick in meinen Spamkasten geworfen. Was bin glücklich dass ich kein DOS-Rechner habe. Als Mac-User bleibe ich wenigstens ein wenig verschonter. Aber trotzdem, die werden immer dreister, mehr und aggressiver. Bin mal gespannt, wann der Rechtsstaat sich diesen kriminellen Seelenfischern mal annimmt. Schade. Das jede Idee, ist noch so gut und schön, ein verstecktes Problem im Rucksack gleich mit sich zu bringen scheint. Das sich einem erst zeigt, wenn es schon zu spät ist. Also, das ist der Blick in meinen Spam-Kasten der letzten Tage:

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 15:23

Reine Gewöhnungssache

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 14:21

100 Jahre Handy

Also, ich weiß ja nicht, wie es euch geht. Aber mir kommt es so vor, als ob es Handys schon immer gibt. In meiner Lebenszeit sind so viele Handys schon durch meine Hände gegangen, so viele Generationen, mit so vielen Unterschieden und Entwicklungsstufen. Dass ich echt glaube, das Handy gibt es schon 100 Jahre. Mindestens. Mein erstes Handy, Gott hab es selig, war von Sony. Nein, Nokia. Ich weiß nicht mehr. Bei einem konnte man am Kopf des Handys das Hörteil nach oben schieben. Der Werbeslogan lautete: Pop-up and phone. Das war das Sony. Das Nokia konnte man so ganz rausschieben, aus so einer Schale. Die Schale war dann der Hörer und im Innenteil kam dann die Tastatur zum Vorschein. Es gab 3 Klingeltöne zur Auswahl. Das war's. Die Displays waren so übel, dass ich mich heute nicht mehr daran erinnern kann. Die Stand-by-Zeit war so, so, naja, 20 Minuten. Das Sony nannten alle liebevoll Knochen. Aber man konnte damit, wenn es Empfang gab, telefonieren. Kurz. 100 Jahre später sieht die Welt doch schon ganz anders aus. Von damals bis heute ist so viel passiert. Da müssen 100 Jahre dazwischen liegen. Dabei, wenn ich genau nachrechne, sind es von 1991 bis heute gerade mal 16 Jahre. Das kann nicht sein. Da stimmt was nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 09:36

Mittwoch, 6. Juni 2007

Gewinnen

Das mit dem Gewinnen und Verlieren ist so eine Sache. Viele haben vor dem Verlieren so viel mehr Angst, dass sie mit der Einstellung nur schwerlich bis unmöglich gewinnen können. Andere wiederum haben so viel Lust zu gewinnen, dass sogar beim Verlieren keine richtige Niedergeschlagenheit zum Ausdruck kommt. Der Torwart freut sich mehr auf das Elfmeterschießen, weil er eigentlich nur gewinnen kann. Dem Schützen geht es da schon anders. Von 11 Meter Entfernung, ohne Hindernisse, den Ball über die Linie drücken, scheint keine große Kunst. Aber den Ball eines Elfmeterschützen zu halten um so mehr. Ich sage meinen Mitarbeitern bei Wettbewerbspräsentationen immer vorher und nachher dasselbe. Wir können nur gewinnen. Denn verlieren können wir nur das, was wir geglaubt haben zu besitzen. Unsere Bestandskunden, die können wir verlieren. Deshalb gilt die Konzentration, die Offenheit, das Vertrauen und unsere ganze Aufmerksamkeit unseren Bestandskunden. Denn einen gute Kunden zu verlieren ist der Horror.Gewinnen kann ich nur etwas hinzu. Etwas, was ich zuvor nicht hatte. Gewinne ich es nicht, verändert sich mein Status-Quo nicht. Es ist nacher wie vorher. Das ist beim Verlust eines Bestandskunden ganz anderes. Dieser Verlust drückt sich sofort in einer negativen Veränderung aus. Aus diesem Grund kann man sehr positiv und voller Zuversicht an das Gewinnen und Verlieren gehen. Wenn man die Prioriäten beachtet. Die meisten, die wachsen, wachsen, wachsen wollen, die kippen vorne Kunden rein, die sie hinten verlieren. Die Kunden bleiben in der Regel auch nur eine bestimmte Zeitspanne. Weil Hoffnungen und Versprechen in der Regel enttäuscht werden. Die hohe Erwartungshaltung an die Zuneigung und Aufmerksamkeit ist schon bald bitter enttäuscht. Denn die Verantwortlichen wenden sich schnell ab, um sich neuen Eroberungen zuzuwenden. Das trifft den Bestandskunden zutiefst.Somit gibt es eigentlich nur eine wesentliche Regel für den langfristigen Erfolg: Pflege deine Bestandskunden immer und überall. Und wenn jemand woanders hingeht, dann bleib dran. Dein Netzwerk des Vertrauens ist das Netz, das dich hält. Und besinne dich bei allem Vertrauen immer auf das Wesentliche, mach einen möglichst guten Job. Somit kann man nicht oder nur wenig verlieren und das Gewinnen geht nicht auf Kosten anderer. Wer dieses Gleichgewicht hinbekommt, nicht jedem Neukunden hinterherzusehen, wie einer schönen Frau und/oder einem schönen Mann auf der Straße, so dass es alle mitbekommen, ihm Angebote zu machen, in deren Genuss die Bestandskunden nicht kommen, der darf sich nicht wundern, dass sein ganzes Geschäftsleben wie eine Drehtür ist. Er kommt immer wieder an der gleichen Stelle heraus.Foto: Daniel Reiter

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:40

Warum zeigen wir es ihnen eigentlich nicht ?

Venture Capital: hingehört! Ich habe da so eine Idee. Man stelle sich mal vor, man baut eine Marke auf. Mit allem drum und dran. Eine riesen Bekanntheit. Endlos Sympathie. Mit Wortbildmarke, Webside und allem, was aus Makektingsicht dazu gehört. Nur was fehlt ist das Produkt, die Branche. Warum nicht? Warum den Spieß nicht mal umdrehen und die Medien nutzen, um ein Marketingprodukt aufzubauen? Man nimmt sich die attraktivsten Branchen und macht es selbst. So, und nun kann ein Konzern sich das ganze Paket kaufen. Er bekommt alles auf einen Schlag. CI/CD, Brandig, Wording, Positionierung, Copy Strategie, Markenbekanntheit und -sympathie und alles, was dazu gehört. Somit investiert man in eine Marke, baut diese auf, macht diese berühmt. Und wenn es am schönsten ist - dann verkauft man sie. Und das Unternehmen, das diese erwirbt, muss sich diese ganze Mühe nicht mehr machen. Eine Marke, die nicht negativ vorbelastet ist, sondern von Anfang an gut da steht. Neue Marke, neues Glück. Was für eine irre Idee!

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:37

Dienstag, 5. Juni 2007

Weitblick

Behaupten tun es fast alle, dass sie Weitblick haben. Kann man auch. Weil in Zukunft sich keiner daran erinnert, was jemand mal prophezeit hat. Entweder weil er sich nicht erinnern will, kann oder darf. Da hilft alles nachfragen nicht. Die Erinnerung an den großen Weitblick von damals ist ganz verschwommen bis hin zu gänzlich aufgelöst. Außer sie, die Prophezeihung, tritt ein. Dann kann man sich glasklar daran erinnern. Ich kann mich erinnern, da saß ich in Meetings bei Kunden. Früher, in Düsseldorf. Und die Erfolgsgrafiken zeigten alle weiter und weiter nach oben. Ewiges Wachstum. Und niemand, aber auch niemand widersprach. Somit waren alle sehr überrascht, als sich einige Zeit später die Prognosen nicht mehr einstellten. Anstatt die Ziele zu verändern, hielt man aber trotzdem an dem Steigungswinkel der Grafiken fest. In dem man die Produkte in den Markt presste. Am Anfang hat man den Händler hinters Licht geführt. Der bei solchen Angeboten in rauen Mengen orderte. Und das Lager voll hatten und somit keinen Platz mehr für den Wettbewerb. Aber dann flossen die Produkte nicht mehr ab.Somit wurde dann der Verbraucher hinters Licht geführt. Unter dem Begriff "Sonderangebote" verdiente der Händler besonders viel. Denn der vermeintliche Billig-Anbieter verkaufte in der Regel über der UVP. Und der Fachhandel blieb auf der günstigeren Ware sitzen. So schmierte der Fachhandel vollends ab. Und die wenigen Discounter machten zunehmend das Rennen. Einmal mit der ganzen Macht ausgestattet, machte der Handel jetzt, was er wollte mit den Konsumenten und den Herstellern. Die Marke benötigte er nur noch, um das Image aufzupolieren und die Markenprodukte im Preisvergleich zu den nun selbst geschaffenen Eigenmarken schlecht aussehen zu lassen. Die Markenhersteller, die bei dem Spiel mitmachten, schauten zunehmend in die Röhre. Und die anderen schauten zunehmend, dass sie Land gewinnen konnten. Aber alle haben immer gewusst, wie es weiter geht und was kommt. Deshalb stehen auch viele heute da, wo sie stehen, mit dem Rücken an der Wand. "Wer an die Marke nicht glaubt, der ist schon bald seines Profits beraubt." (Copyright by Christof Hintze)Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 09:43

Montag, 4. Juni 2007

Brummi der Herzen

Gefunden auf dem Block 11. Wer für den Hohn sorgt, muss sich um den Spot nicht kümmern. Schadenfreude ist eine der schönsten. Mein aufrichtiges Beileid/Mitleid. Aber mit dem Wagen könnt ihr Punkte sammeln beim nächsten Kölner Karneval. Dann klappt es auch mit der Meisterschaft. Danke für das Bild von Tom. (Anmerkung: Sollten wir gegen geltendes Urheberrecht mit der Veröffentlichung dieses Fotos verstoßen, dann haben wir echt Pech gehabt, aber es war die Sache allemal wert. Wie sagt der berühmte Komiker Leslie Nielsen: "Für einen guten Witz muss du bereit sein, zu sterben!" Ich bin bereit!)Foto: Unbekannt

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:16

Helden

Es ist schon beeindruckend, wie viele Helden der Vergangeheit dann doch sich aus heutiger Sicht ins Gegenteil verkehrt haben. Und wie viele Verlierer der Vergangenheit aus heutiger Sicht einen Status erklommen haben, der lange Zeit undenkbar gewesen wäre. Wie respektlos man mit Menschen umgegangen ist, die man heute auf Händen trägt. Und anders herum. Es scheint so, als ob jede Zeit seine Irrtümer hätte. Seine falschen und überschätzen Protagonisten. Die völlige Fehleinschätzung im Jetzt ist eine menschliche Naturgewalt.Firmennamen, die einst den Stolz einer ganzen Region, eine Landes - der Nation darstellten, sind in Vergessenheit geraten. Noch schlimmer, den einstigen Machern folgt kein guter Ruf, bis heute mehr. In allen gesellschaftlichen Teilen hat man in der jeweiligen Zeit die Zeichen der Zeit nicht erkannt. Und heute? Es wird ebenso sein. Wir werden in einigen Jahren zurückblicken, und wenn bestimmte Namen fallen, werden wir die Hände vor das Gesicht nehmen und unser Unverständnis zum Ausdruck bringen. Wie war das nur möglich? Wie konnte man das akzeptieren? Aber dasselbe gilt auch für das Positive. Was wir heute noch nicht erkennen und wertschätzen, hat seinen Ursprung in unserer Zeit genommen. So werden wir resümieren: Das war doch klar! So, wie wir rückblickend das Gute, die Qualität, den Erfolg zu unserer Zeit nicht wahrhaben konnten, wollten und durften. So ist es auch mit den dicken Dingern unserer Zeit. Das Gute, es passiert genau jetzt. Und wir wissen nicht, was es ist. Das ist absonderlich. Zeigt aber, wie sehr wir in und mit unserer Zeit verbunden sind und wenig Vorausschauendes für alle und alles übrig haben.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 08:13

Freitag, 1. Juni 2007

Madeleine McCann – Ein Kind, stellvertretend für alle entführten Kinder

Obwohl ich selber Vater bin, habe ich mich um das Thema lange herum gedrückt. Aber die Intensität, mit welcher der Entführungsfall Madeleine McCann mich immer wieder überrollt, veranlasst mich nun, doch etwas zu tun, was ich in diesem Blog nicht tun wollte. Zu einem öffentlichen Thema, sagen wir mal populären Thema Stellung beziehen. Denn dies sieht sofort danach aus, als ob ein Blog Trittbrett fahren und nur Traffic damit erzielen will. Na und! Genau habe ich mir gedacht. Ist zum einen für eine unweigerlich gute Sache. Und zum anderen beruhigt es das schlechte Gewissen, am Ende nichts getan zu haben. Habe ich mi gedacht. Denn das eigentliche Problem von Kindesentführungen ist, dass diese immer viel zu schnell in Vergessenheit geraten. Und darauf setzen die Entführer. Sie wissen, dass schnell Gras darüber gewachsen ist. Somit sind wir nur wenig sensibilisiert für das, was da passiert. Der Fall Magic Johnson hat seinerzeit auch die Tür und das öffentliche Interesse für AIDS aufgestoßen. Zuvor war es nur die Krankheit der Schwulen und Prostituierten. Aber dann. Diese Chance damals ist verpufft. Das Thema ist wieder eingeschlafen. Somit bietet Madeleine McCann uns die Chance, wie bei einer Welle im Stadion, dass diese Welle der Empörung weiter und weiter geht. Und von mehr und mehr Menschen getragen wird. Deshalb wollte ich nicht sitzen bleiben. Und werde am Wochenende das Poster auf unseren Blog stellen. Wie lange weiß ich noch nicht. Ich denke und hoffe: nicht lange. Weil ich überzeugt bin (oder sein will), dass Madeleine bald wieder nach Hause kommt. Wir müssen wachsam werden für diese Art der Kriminalität. Diesen Kampf dürfen wir nicht verlieren. Im Namen aller entführten Kinder. Es gibt Alarmanlagen an Häusern und Autos, aber niemand passt auf das wertvollste auf, was wir haben: Unsere Kinder. Also, müssen wir das selbst und gegenseitig tun. Ich setze auf euch Blogger. Wir sind so viele, wir können was verändern. Wenn nicht wir, wer dann? Auf der offizellen Webseite http://www.bringmadeleinehome.com/ gibt es alle möglichen Downloads, Informationen und anderen Möglichkeiten etwas zu tun.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 08:59

Klingeltöne

Was für das Radio zutrifft, trifft leider auch fast im gleichen und vollen Umfang für mich zu. Gezwungenermaßen bin ich mal wieder an ein neues Handy gekommen. Zum Glück habe ich nach 3 Stunden rausbekommen, dass man damit auch noch telefonieren kann. Wenn ein Produkt das Bedürfnis einer Multioptiongesellschaft verdeutlicht, dann der Thermomix und das Handy. Aber irgendwie habe ich mich dazu hinreißen lassen, mir endlich mal einen adäquaten Klingelton herunterzuladen. So bin ich in so ein Portal. Da kam ich mir vor wie ein Australier aus dem Outback, der das erste Mal einen Fernseher sieht. Wie um alles in der Welt kriegt man die Menschen in diese kleine Kiste?Nun gut. Das Problem, warum ich kaum Radio hören kann, ist, dass ich es einfach nicht ertragen kann. Zu laut, zu schnell, zu viel, zu schrill, zu nervös, zu wenig Jazz, Soul, R&B und Blues. Zuviel best of Playcharts. Und voller schlechter, negativer Nachrichtensendungen. Da wird man geblitzt. Da steht man im Stau. Da hat ein Familienvater...usw.. Das macht mich ganz irre. Somit gibt es keinen Radiosender im Radio auf UKW, an den ich mich gewöhnen wollte.Und nun zu den Klingeltönen. Geschlagene 3 Stunden habe ich gesucht und gestöbert. Cannonball Adderly - Work Song wäre schön gewesen. Gab es aber nicht. Nun gut, dann eben Chet Baker - Autumn Leaves. Auch nicht. Dann was Populäres dachte ich. Dave Brubeck - Take Five? Nichts. Also, dann nehme ich eben Louis Amstrong - What a Wonderful World. Fehlanzeige. Und so bin ich noch über Miles Davies und Stan Getz zu nichts gekommen. 3 Stunden ergebnislos - das kann nicht sein. Ich also zur Konkurrenz. Und fast hatte ich einen Treffer, aber es funktioniert nicht: Moanin von Art Blakey & the Jazz Messengers. (Ach, wem sag ich das.) Wäre das nicht wundervoll gewesen? 2 x heruntergeladen für knapp über 2 € je Download. Aber ich finde es nicht auf meinem Handy. Die sagen, es läge in meinem Ordner: Meine Downloads. Aber ich habe keinen Ordner, der so heißt und in allen anderen war nichts zu finden, keine Spur. Bevor ich aufgeben habe, habe ich mir dann noch Sexual Healing von Marvin Gaye runtergeholt. Ist zwar nicht das, was ich wollte, aber besser, als mit leeren Händen dazustehen, nach 3 Stunden... Get up, get up lets make ....

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:52

It´s a fake world

Eigentlich ist so gut wie nichts mehr so, wie es scheint. Oder wie man meint. Oder hofft, dass es so sein könnte. Die

Zeiten sind endgültig vorbei, wo irgendetwas darauf hinweist, was man erwarten darf. Bilder, Filme, Mails, Interviews, Nachrichten, Werbung, alles was uns begegnet. Bis hin zu nackten Tatsachen. Versprechungen und Beteuerungen aller Art. Auf allen Kanälen, die uns erreichen, ist das, was uns erreicht "Fake". Alles ist so unecht, dass diese Verhaltensweisen längst Besitz von vielen genommen haben. Die Behauptung, das Halbwissen wird geübt. So sein wie. So tun als ob. Das sind die obersten Gebote. Man kann dazu alles lernen in Seminaren. Wie fake ich selbst alles. Meinen Lebenslauf, weil der so langweilig ist, den kann man sich aufpolieren lasse, dass jeder, der ihn liest, unweigerlich denkt: Menschenskinder! Das Schlimme ist, dass man längst davon ausgeht, dass alles erstmal Fake ist und einen davon überzeugen muss, dass es dies nicht ist. Ganze Fake-Branchen stellen so etwas ähnliches her, wie zum Beispiel Lebensmittel oder Möbel. Oder bieten Reisen an. Das alles hat aber mit der Sache im wahrsten Sinne des Wortes nichts mehr zu tun.Diese Kultur der reinen Einbildung prägt unsere Wahrnehmung. Und die Reisschwellen der Verballhornung sinken tiefer und tiefer. Lieber ein guter Fake, als alles andere. Es gibt Menschen, die denken Tag ein Tag aus in nichts anderem als Täuschung, Betrug, Lüge, falschen Wahrheiten und Hintergehen. Bilder werden manipuliert. Themen werden gesteuert. Sportler gedopt. Es gibt nichts, in das der Fake nicht einbezogen ist. Jeder und alle geben nur noch vor. Ich kann nur sage, wenn jemand da draußen diese Zeilen liest, ich wünsche mir nur eins - das Gegenteil. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:41

Mittwoch, 30. Mai 2007

Happy Birthday - 1 Jahr note blog - Danke! Bitte!

Hallo, ihr Gleichgesinnten,am 29. Mai 2006 haben wir das note-blog gestartet. Das jährt sich nun. Somit hat das note blog Geburtstag. Was ist passiert in der Zwischenzeit? Was hat es gebracht? Ein Rückblick. 365 auf einen Blick.12:0 steht es beim monatlichen Leserzuwachs. Am Anfang hatten wir gerade zehn Leser am Tag. Ein Jahr später sind es 200 täglich. Am Anfang hatten wir 300 Besucher im Monat. Zuletzt, im April 2007, hatten wir über 5.000. Am Anfang stand der erste Beitrag. Nach vier Monaten, genau am 6. September, haben wir den 500 Beitrag veröffentlicht. Am 6. Dezember 2006 den 1.000 Beitrag. Somit dürfen wir im Juni 2007 mit dem 1.500 Beitrag rechnen. Zur Zeit sind 1.400 Beiträge online. Das bedeutet, dass 116 pro Monat veröffentlicht wurden. Das sind im Schnitt sechs Beiträge pro Tag (Werktage).Die beliebtesten Kategorien sind (Stand Mai 2007):Human MarketingWunderbare Welt der LogosParadigmenwechselVorbildlichFight ClubMarkengesichterBlog BetriebsanleitungGleichgesinnteWilde ThesenDas Leben ist kein PonyhofDie Top-26-Google Suchbegriffe, die zu uns führten:1. Zahlenschloss knacken 2. Bhagwan Disco 3. Steve Irvine 4. Achmed Telefon5. Berühmte Worte6. Zahlenschloß knacken7. Sprüngli Kaffeelöffel 8. Crokodile Hunter 9. Private Paula 10. Erkältungstipps 11. Werbegeschichten 12. Human Marketing 13. Selbstbefriedigung14. Andreasgraben15. Marzialisch16. Flugzeugfotos17. Markenfriedhof18. note blog19. lustige Frisuren20. Zahlenschloß knacken21. Wie knackt man ein Zahlenschloss22. Englische Sprichwörter23. Indianerbilder 24. Marketingdeutsch 25. du gehörst zu mir wie mein Name an der Tür26. makrobiologische Ernährung Die am meisten gebrauchten und verwendeten Wörter = Tags lauten:Abstrakt . Agentur . Bayern . Berge . Blog . Christof Hintze . Deutschland . Erinnerung . Fehleinschätzung . Flora . Fotografie . Fußball . Geld . Gleichgesinnte . Glück . Idee . Ideen . Irren ist menschlich . Kirche . Kommunikation . Kunst . Landschaft . Marke . Marketing . Marketinggebot Menschen . München . note . Qualität . Reise . Schnee . See . Strategie . Text . Unternehmen . Unternehmenskommunikation . Wasser . Weite Welt . Werbeagentur . Werbegott . Werbung . Wirkung . Zeichen . Zeit . Ziele Daraus entstanden sind zwei Bücher, die man bei Amazon oder bei uns kaufen kann:Das note Blogbook 2007 im Großformat: 134, 50 €Das note Blogbook One im Taschenbuchformat: 19,90 €Fazit:Wir haben jede Menge Spaß gehabt. Haben viele Themen vertiefen können, die wir sonst gar nicht angegangen wären oder nur gestreift hätten. Wir haben einige sehr tolle, nette und interessante Menschen durch das Blog kennengelernt. Wir haben über andere Blogs andere, neue und weitere Blickwinkel kennengelernt. Wir haben Gleichgesinnte gewonnen. Wir haben ein Blog. Wir haben 2 Bücher. Und wir werden weitermachen. Da bleibt uns nur zu Wünschen, dass es so weiter geht. Stetig, geruhsam, entspannt, aus freien Stücken und mit so viel Leidenschaft.Wir hoffen, dass ihr von dem, was uns begleitet und begegnet, auch etwas mitbekommen habt. Und würden uns darüber freuen, wenn es Euch gefällt, wenn ihr unser Blog weiter empfehlen würdet. Denn es gibt viel zu lesen und viel zu sehen. Da muss einfach für jeden etwas dabei sein.Bis dahinDas note-blogChristof HintzeTorsten MatthesPeter von FelbertHolger Schaeben Unser besondere Dank für ein tolles erstes Jahr geht an:http://www.werbeblogger.de http://www.marketing-blog.biz http://www.bloglines.com http://www.geroldbraun.de http://www.geistesblitz.dehttp://www.novesiadellarte.de http://riesenmaschine.de/http://prblogger.de/http://spreeblick.com/http://www.lawblog.de/http://www.einfach-persoenlich.de/http://www.basicthinking.de/blog/ http://www.einvoll.net/weblog/http://www.best-practice-business.de/blog/http://www.newblog.fiona.biz/http://weisserwberring.twoday.net/http://www.teno-blog.de/http://www.bojeonline.de/http://www.verbagentur.de/http://o190.de/Und persönlich bedanken möchten wir uns bei:Frank HeroldHeiko WalkenhorstTimo OffEsther RudolphGerold BraunDr. Frauke WeberPatrick BreitenbachNicole KengyelHerby2711Oli PalkoSigrid HeckerStephan HertzJörg PetermannGini HoffmannVolker FaltinMichael HolzerJeannette MerguinKnut HabichtAnja UllrichWeiteren großen Danke an alle, die uns inspiriert haben und das sicher auch weiterhin werden:reine Formsache, jobblog, dimension2k, St. Pauli, Lazerte, interview blog, Exciting Commerce, Bernd Röthlingshöfer, Die Bloggerette, BloggingTom, Online - Marketing / Marketing News, txt94 - jobblog, Konzeptionerblog, kuehlesblondes MP:Blog Mediaprojekte, e-commerce-blog, Brief Blog, Aribis Blog, ConnectedMarketing.de, streuverluste, cio weblog, diplomblogger, DonsTag, stantonamarlberg, Dr. Web Magazin, EKM Blog, Wohlfühlen, web-junkies, Eint Weblog , Marketingblogger, Teddy Krieger, problematik.net, Marketing Alternatif, sympatexter , VM People, yenodioblog, zorno Tanja rennt, sunblogger, sethgodin, S-O-S SEO Blog, Reality On The Rocks, Reklameblogger, RSS Blogger, storyblogger, store4dogs, ibelieveinadv, selbst und ständig, Frank Ristau, Marketing-Oase, marktpraxis_blog, Nerdcore, nicozorn.com , Mediengestalter-Blog, pixblog , photoshop-weblog, Silja Fleissner Connecting, Fiona im eBlätterwald, Webmasterfind Blog, Google Blogoscoped,Taxiblogger, realbeatz musik blog, 4 u Entertainment, online-marketing-forum.at , O h r… k a u f t… m i t !, greatwhiteark, heikoeckert, SoLoBlog kreativrauschen, hostblogger, Robert Hartl, hirnrinde.de, netzausfall, marketing-meile.de, Onlinejournalismus, Dirk Olbertz, seekxl-blog, Telagon Sichelputzer, Sebbis Blog, Der Shopblogger,

Sloganmaker, shopanbieter, Software Guide, Mobile Marketing - Heike Scholz, Men Society, hebig.com, gugelproductions, Internetmarketing-News.de, traveblog, hot-elle, eye said it before, Zielpublikum Weblog, Ehl&Ing Blog, brainblog, Brand Evangelist, blariog, FRoSTA Blog, Buzzingo, Thinking BIG, turi2.de, WMB-Steuer, wirres, themenblog, webdesign-in.de, seekxl-blog , quittungsblog, Guerilla-Marketing Blog, henusode-blog, Advertising/Design Goodness, Der Ice Blog, Industrial Technology & Witchcraft, dealjaeger, Dlounge Digital Design Diary, einfach persoenlich, Fischmarkt, :.: abaihmseins :.:, Fontblog, netmeier, marketing-meile.de, Peruns Weblog, Das E Business Weblog, popkulturjunkie.de, Klaus Schallhorn, Lyssas Lounge, m3nt0rs weblog, dialo, AccessBlog, emarketing-blog, larsweblog, Pixelgangster, esse est percipi, Spreeblick, Ring*Fahndung, MC Winkels weBlog, TVBlogger, beissholz, AUTOMOBIL-BLOG, Sammelmappe, Die wunderbare Welt von Isotopp, namics Weblog, blog.50hz.de, gandke internet marketing blog, PR Blogger, KoljaHebenstreit.de, Lizas Welt, Handakte WebLAWg, Lummaland das Weblog, SOLL & HABEN, SEO Marketing Blog, rams really love ewes , recherchenblog, sommergut, nanoblogs, Praegnanz, vowe dot net, MiFoMM, Listen up! , netzpolitik.org, bundesliga-blog, agenturblog.de, Gastgewerbe Gedankensplitter, Basic Thinking Blog, Frau B. surft, PlasticThinking: Moe's Blog, datei/neu, coffeethewebandme, Die ContentSchmiede, Daily Me, myBeautyBlog, DE:BUG BLOG, Ende der Vernunft, commpott, ckaucke.de - Blog, Ehrensenf Internet TV, henusode-blog, fscklog, Feuerwehr Weblog, Hauptstadtblog, Dirk Olbertz, onlineshopberater, medienrauschen, pixelgraphix, Fabu(TM), Readers Edition, soccergirlz, Jans Kuechenleben, Yoyos Blog, zehpunkt, zippblog, wildbits, Web2Null , GoogleWatchBlog, isch2k, JuraBlogs.com, pixelpeeling, PlayerZ Home, PSP News, phoneblogger.de, berlinblawg, Riesenmaschine, starfrosch, the missinglink, vu24.net, netzkobolde blog, Webmaster Blog, Philipp's Blog, Netprofit, trndblog, Blog mit PEP, blogshop, Brain.Wash, cloudkickin, citoyen, DITTES.INFO, Fooligan, Yamb.Beta2, Marketingplaner, Jens Meiert, Telefonmarketing Blog, Tom’s Diner, Gigold, HanfBlog, Pendlerblog, Neugierig, wonderland, workingsolo, 4null4.de, werbeblog, affiliateboy, alltagskakophonie, bueltge.de, cyberbloc, Krauli, FINGER.ZEIG.net, Euregio Access Blog, zufallsfaktor, Wir haben bezahlt, Raggle Taggle Blog Salon, Lehmanns Fachbuchhandlung, blogschrott, OnlinErleben, blogdoch.net, Blogrolle, die Netzspielwiese, digitalia, Discuss Marketing, daves blog, droelf.org, Patrick Kempf, Open Sourced Brain., law blog, kunoblog, Beobachtungen zur Medienkonvergenz, hirnstreich, Phlow, pixelsebi's repository, Call me, Haltungsturnen, Aperto Blog, Jojos illustrierter Blog, blog.bemerkt.com, blogdelight, aussteiger-blog, 4sysops, F - LOG - GE, Ghettoblog, Spiegelkästchen, PR 2.0, nbwolf, Flußaufwärts, Webdesignblog, @-web Suchmaschinen Weblog, bernetblog.ch Public Relations, Blog 2.0, micropersuasion, Bon Anza Rundschau, conceptworker, allesaussersport, bLogitech, GadgetMania, lounge78, Stefan Niggemeier, taxi blog.de, Trendhure, zappelfillip, Webmaster & SEO Blog, coloribus, SeoFreak, koma-medien blog, IDEE-Netzwerk, Guy Kawasaki, ducttapemarketing, DonDahlmann, inside the circle, oheisa, nachhaltigkeit, Visualblog, eldersign, bloxbox, Martina Kausch, butterflyx, roxomatic, versicherungguenstig, thiema, farliblog, przweinull, xsized, Die Farmblogger, Business & Marketing Ideen, Große Erwartungen, dim-marketingblog, Corporate Publishing Lounge, E-Simus, marketingpost, Coolz0r - Marketing Thoughts, Das Norwegen Blog, schritt-für-schritt, realityontherocks, Magix Blog, Webteam Weblog, benedikt rieke benninghaus, nanoblogs, Sven Lehmann, Anders denken, marketingma, kaisr, lifeless happiness, NBlog, 101marketing K-log, notizblog, LazyEdge, ethority, gridpatrol, pxrmx, designabenteuer pop64.de, Dösbaddel, web strategist, kuroi tenshi's darkness, akquiseblog, monkeynotions, innovativ-in.de, blog.argwohnheim, dyingeyes, hochniveau, Affiliate Welt, Ute bloggt, M-Block, enerdency, fenechka, themenrelevant, Stefano Gorgoni, Employer Branding vs. Employee..., Ideas of Brown, PsyreonBlog, Querdenkerin, jovelblog, Job & Joy, Marketeasing, trigami, 160letters, Ideensammlung, DIPLOMBLOG *, Karsten Hoffmann, amardi, blograum.net, wortkomplex, Business Blog Studies, EBOs CRM-Blog, MiFoMM Aktuell, blog.kazam.de, bellobene blog, 140km, zip-marketing, Neue Werber, bullsfield studio, media coffee blog, das Netzbuch, notizen aus der provinz, Weiterbildungsblog, slanted, Fool for Food, Werbewund, fanfaktor, lemonendres, Arlesheim Reloaded, dreisechzig.net, gc-blog, JaJAH, Site-9 Weblog, Happy Arts Blog, Tomte, Henning Schuerig, Mr. Gadget, Infografik, ayom internet marketing blog, Ed Wohlfahrt, WWSC Weblog, See-Blog, profilwerkstatt, Markus Walter, medienfreunde, einfallsreich, adthink, apart-smart, webtagebu.ch - markus blogt

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 10:40

Zufallskunst

Peter von Felbert fotografierte dieses Objekt die Tage in Berchtesgaden. Da ich unlängst Kunst mit der Verdichtung von Qualität umschrieben habe, ist das ein schönes Beispiel von Zufallskunst. Hier hat unübersehbar und offensichtlich jemand seine Fähigkeiten im zuschneiden und stapeln von Holz zu einer Kunst werden lassen. Er selbst wird das so sicher nicht sehen. Aber das ging Christo auch so als er in Polen Strohballen einpackte.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:02

Blaue Stunde

Dieses wunderbare Foto hat uns Daniel Reiter seines Zeichen Fotograf zur Verfügung gestellt. Es passt zu uns und somit zur note. Es fängt so wunderbar einen der schönsten Momente ein. Bekannt unter dem Begriff "blaue Stunde" Es ist der sanfte, zärtliche Übergang vom Tag in den Abend. Wenn aus Hitze angenehmen Temperaturen werden. Wenn aus Wind stille wird. Wenn die Luft so rein wird. Wenn der Tag sich glättet. Wenn der Stress sich legt. Das Sonnenlicht nicht mehr in die Augen sticht. Wenn der Tag an einem vorüber gezogen ist. Der Appetit seinen Höhepunkt erreicht. Wenn Klarheit herrscht. Das Handy ruht. Es ist einer dieser wunderbaren Momente bei dem man die Chance war nehmen muss, ganz nah bei sich zu sein. Der Blick verliert sich in der Weite. Dem absoluten Nichts einen schönen langen, ruhigen Augenblick die Bühne überlassen. Es ist der Augenblick wenn das Leben ausatmet. Wunderbar. Foto: Daniel Reiter

Geschrieben von Christof Hintze in Fotografie, Bilder, Grafiken um 07:00

Dienstag, 29. Mai 2007

Zuversichtisten

Wie war das wohl für Christoph Columbus, als alle Nase lang jemand auf die Brücke kam und sagte: "Chef, wo ist das versprochene Land?" Und er immer wieder entgegnete: "Nur noch ein Stück!" Dabei hatte der keine Garantie, keinen Plan, kein Nichts. Nur seine Zuversicht. Und kaum gibt er diese zum Besten, gehen die anderen wie beseelt von der Brücke. Geladen mit dieser Zuversicht. Als dann Stürme aufkamen, oder Flauten, als das Wasse weniger und weniger wurde, als die Mahlzeiten immer übersichtlicher wurden, da verdichteten sich die Fragen. Und sie kamen nicht mehr nur aus dem Bauch des Schiffes, sondern zuweilen von der Brücke selbst. Aber er steht da, lächelnd, selbstbewusst und sagt nur: "Nur noch Stück, dann sind wir da."An diesem Beispiel kann man gut erkennen, wie es Machern gehen muss, die sich auf neues Terrain oder ungewisses Terrain begeben und sich dort bewegen. Ständig häufen sich die Fragen nach dem Ziel. Und das Einzige, was der Zuversichtist zu tun hat, ist dieselbige zu verstreuen. Auch wenn er selbst keinen blassen Schimmer hat, wie es weiter oder aus geht. Denn verliert er diese, dann fallen die Menschen um ihn herum vom Glauben ab wie reife Früchte vom Baum. Somit muss er um alles in der Welt die so wichtige Zuversicht aufrechterhalten. Auch wenn es voll in die Hose geht. Denn nur mit ihr ergibt sich überhaupt die Chance, Ersterbenswertes auch wirklich zu erreichen. Ohne Zuversicht geht nichts. Wer alles planen und kontrollieren will und am besten ganz ohne sein Gefühl Großes erreichen will, der wird eine Menge ereichen, aber sicher nichts Nachhaltiges, Bleibendes, geschweige dann Großes. Wenn es ihn ganz schlimm erwischt, dann bleibt ihm nur Geld. Sonst nichts. Somit hat Christoph Columbus ein paar Optionen gehabt: Alle verenden auf dem Meer. Mist, aber es trifft alle gleichermaßen. Man trifft auf Land und da gibt es nichts zu holen. Übel. Man hat das Land entdeckt, aber krepiert vor Ort. Es gibt Land und da gibt es jede Menge Schätze, aber leider haben da sehr aggressive Jungs den Finger drauf. Schlecht gelaufen. Man trifft auf Land, dort sind Reichtümer, aber alle werden hier begraben. Die letzte Option ist die Win- Win-Option. Land, Schätze, Leute - alles im Griff. Das heißt, alle bekommen die Belohnung für das Risiko, was sie eingegangen sind. Bingo. Aber so kommt es nicht oft. Der Meeresgrund ist voller Schiffe und Mannschaften, die am Riff gescheitert sind. Was wir sehen, sind immer nur die wenigen, die es geschafft haben. Das bedeutet aber, dass man sich für seinen Lebensweg entscheiden muss. Immer das festhalten, was man hat, das bewahren, was ist und damit bis zum letzen Atemzug zufrieden sein. Oder man bricht auf zu Neuem, mit dem Risko in der Tasche, zu scheitern. Also ich würde die Reise immer bevorzugen. Denn nur das Leben anderer ebenso oder ein wenig schlechter oder besser zu leben, würde meinem Leben schon vorher den Sinn rauben. Somit habe ich schon immer das Abenteuer gewählt und das Risiko. Immer in der Hoffnung, so schlimm wird es nicht werden. Und immer in der Gewissheit, wenn du denkst, es geht nicht mehr, kommt von irgendwo noch ein viel dickerer Hammer her. Ich habe mir das leichter und entpannter vorgestellt. Ich habe diesen meinen Weg unterschätzt. Vor allem habe ich unterschätzt, wie sehr man als Zuversichtist auf die Probe gestellt wird. Und dass, wenn die Zweifel mal die Brücke betroffen haben, man sich mit etwas befassen muss, was man bis dato nicht kannte: Selbstzweifel. Aber ein echter Zuversichtist kann und darf sich das leider nicht erlauben. Die Folgen wären fatal. Man könnte kurz vor dem Ziel scheitern. Sehr kurz davor. Und man wüsste nie, wie es aus- bzw. weitergegangen ist. Das ist das Schicksal der Zuversichtisten. Wenn es nicht klappt, dann reißen sie viele mit runter. Wenn es klappt, dann erleben viele vieles, was sie selbst so nie erlebt hätten. Ich finde das heftig. Das macht vorsichtig, aber nie auf Kosten der Zuversicht. Da lass ich mir nie reinreden. Da passt kein Blatt zwischen mich und meine Zuversicht - behaupte ich jetzt mal so. Denn die Tage auf See sind lang und zahlreich. Und außer ein paar Inseln haben wir noch kein Land entdeckt und einen Kontinent schon gar nicht. Meinen würde ich Balance Marketing taufen. Daran glaube ich - fest. Ich glaube, dass da ein riesen Potenzial liegt. Geistige Bodenschätze, die ihresgleichen suchen. So lange ich fest daran glaube, so lange segel ich weiter in die Richtung, in der ich das Ziel vermute.Foto: Nicole Kengyel

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:04

Mein coming-out: Ich war ein High-Ender

Jetzt ist es raus. Jahre meines Lebens habe ich damit verbracht, die Reproduktion von Musik auf die Spitze zu treiben. Ein Vermögen habe ich investiert. Sehr viel Zeit. Und noch mehr Leidenschaft, Hingabe, Neugierde und ... ja nennen wir es ruhig Ekstase. Wie ein wahnsinnger, abhängiger, süchtiger High-End-Junkie habe ich gelebt. Oder sagen wie besser, dahingelebt. Es gibt, wie bei allen Arten von Sucht, verschiede Sucht-Typen und Sucht-Arten. So auch im High-End. So gehörte natürlich das Abo der Stereoplay, Hifi Vision und Stero zum Standard. Zudem die Pilgerfahrt zur High-End Messe, damals noch nach Frankfurt. Besser gesagt beim Offenbacher-Kreuz Hotel Kempinski. Da waren sie dann alle

versammelt. Da trafen sich alle wieder. Jedes Jahr. Das zentrale Problem des High-End Junkies ist, dass es nie perfekt ist. Und das dieser Zustand eigentlich immer gerade noch so zu ertragen ist. Wenn andere vor dem High-End Altar im Wohnzimmer ehrfurchtvoll in die Knie sinken, dann winkt der echte High-Ende ab. Da kommt was anders, was noch Besseres. Besessen und beseelt von dem Wunsch nach der perfekten Reproduktion von Musik. Die einem natürlich nie gelingt. Weil wesentliche Sinne nun mal nicht auf der Schallplatte sind. Nur die Musik. Nicht der Raum, der Geruch, die Tageszeit, die Temperatur. Man kann nur die Musik einfangen. Alles andere fehlt. Egal, wie gut die Anlage ist.Ich möchte nicht weiter und mehr darüber sprechen, ich bin ganz gut darüber hinweg. Und ich habe meinen High-End Konsum eingestellt. Die Abos auch schon längst. Nur hier und da stehen noch Relikte der Vergangenheit herum. Hier und da. Wenn ich die ganzen Teile zusammenfügen würde, also die Lautsprecher mit den Kabeln und der Vorstufe und den Monoblöcken und den Schallplattenspieler und den CD-Spieler und die Netzfilter und Pucks unter die Lautsprecher und das alles in das Reck platzieren würde, also nur mal so gesprochen...Nur mal so in die Tüte gesprochen...also...man könnte theoretisch...theo...ist ein Arzt in der Nähe?

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:02

Montag, 28. Mai 2007

Donnerwetter

Also, hier war was los. Wetterkapriolen. Das Wort wollte ich schon immer mal benutzen. Jetzt ist es endlich soweit. Foto aus der Nacht vom Sonntag zum Montag, so gegen 23.00 Uhr. Gewitter, Hagel, Regen und Blitze im Sekundetakt und dazu fast durchgängiges Donnern. Die Sattelitenschüssel brachte kein ordentliches Bild mehr zustande.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:36

Samstag, 26. Mai 2007

Der heißeste Tag unter der Sonne (Hansgeschichten)

Die Nacht war warm wie bei ihm zuhause so mancher Tag nicht war und er schwitzte und der Schweiß sammelte sich am Kinn. Er lag auf dem Rücken nackt auf dem Bett und roch sich selbst. Das Laken war warm am Rücken, am Po und an den Rückseiten der Beine, und der ganze Körper war klebrig und kühl vom Schweiß. Es war ein heißer Tag gewesen und den ganzen Tag war er gegangen. Als er so ging hatte der Körper nur einen ganz kleinen Schatten auf den Asphalt geworfen. Es war heiß, heiß, heiß gewesen. Er hatte geschwitzt unter der Kappe und der Schweiß war ihm über die Stirn und in den Nacken gelaufen. Die Straße war heiß und der Weg hinab zur Küste war staubig gewesen. Er lag auf dem Bett und er schloss die Augen und der Staub klebte an seinen Waden als er jetzt ging und hatte sich mit dem Schweiß vermischt. Der Aufstieg war steil gewesen und fast ohne Kurven. Der Weg war ein Weg und gleichzeitig eine Feuerschneise gewesen. Rechts des Weges waren die Hänge baumlos. Einzelne schwarze Stümpfe ragten aus Knie hohem Grün empor. Auf dieser Seite, die zum Meer abfiel, hatte das Feuer den Wald zerstört, hatte sich den Berg hinauf gefressen und war erst durch die Schneise gehindert worden, weiter nach oben zu steigen. Baumnachwuchs, so bemerkte er, fehlte ganz. Auf der linken Seite des Weges war Pinienwald. Der Wald war ohne Unterholz und die Bäume wuchsen in regelmäßigen Abständen aus einem grünen Teppich heraus.
Oben auf dem Berg war eine Funkstation, die den gesamten Flugverkehr nördlich von Rom überwachte. Hans nahm die Kappe vom Kopf und wischte sich mit dem Handrücken den Schweiß von der Stirn. Seine Haare waren auch nass, und wo der Rucksack auflag war das T-Shirt nass und als er den Rucksack ablegte, um die Wasserflasche herauszuholen, strich ein Luftzug über seinen nassen Rücken und er spürte die Kühle vom Meer. Die Hitze war erträglich gewesen, denn er war noch nicht sehr lange gegangen. Aber der Aufstieg hatte es in sich gehabt, war steil gewesen und ganz ohne Schatten. Als er getrunken hatte wurde sein Kopf heiß und der Schweiß schoss ihm aus den Poren. Er fluchte, weil er sein Halstuch vergessen hatte und er sich den Nacken verbrennen würde. Er fluchte, dass er nicht früher losgegangen war und er fluchte, dass er überhaupt losgegangen war und er fluchte auf die Schwüle und auf den Scirocco, der feucht und heiß von Nordafrika herüberwehte. Er wünschte sich das Ende des Weges herbei und sah zurück und ganz weit entfernt die roten Dächer von Capoliveri. Als er den Pinienwald erreichte, holte er die Karte heraus und setzte sich auf einen Stein. Er trank nur einen Schluck und steckte die Karte wieder zurück. Die Luft roch würzig, wie ein Badezusatz und es war ganz still. Er sah sich um und erblickte durch das grüne Dach den blauen Himmel. Es war ein guter Platz.
Später, als er an eine Wegkreuzung mit einem kleinen Hügel an der Seite kam, stieg er die wenigen Meter den Hügel hinauf und blickte in eine grüne Pfütze, die einmal ein Wasserreservoir gewesen war. Ab jetzt glaubte Hans nicht mehr, dass der Weg besser werden würde oder dass es Schatten gäbe oder dass er die Wasserflasche auffüllen könnte. Es gab bestimmt mehr als einen Weg hinab zur Küste. Noch andere Wege waren von der Kreuzung abgegangen, deren Verlauf er aber nicht verfolgen konnte. Auf dem Weg lag Geröll und große und kleine Steine lukten aus dem von der Sonne zu Stein gebackenen Lehmboden. Hans versuchte die beste Gehspur zu finden, rutschte auf dem Geröll, ging einen Zickzackkurs und suchte den Schatten einzelner Bäume. Hinter ihm war nichts als Staub und vor ihm nichts als Hitze. Nach jeder Serpentine erhoffte er das Blau des Meeres zu sehen. Er trank das letzte Wasser und legte den Kopf weit in den Nacken, bis die Sonne ihn heiß blendete und die Flasche auf den letzten Tropfen geleert war. Er war jetzt ständig bergab gegangen. Seine Schienbeine schmerzten davon und die großen Zehen taten vom Anstoßen weh. Der Weg würde ihn bis ganz hinunter zum Meer führen und er wusste, dass er das alles später wieder hinaufgehen müsste. Gerade bevor er das Meer sah, entdeckte er den Helm eines Reiters am Weg. Der Reiter hatte den Helm bestimmt noch gesucht, aber der Helm hatte die helle Farbe getrockneten Lehms und war vom Boden kaum zu unterscheiden. Das Kinnband war abgerissen und innen war der Helm mit roter Seide gefüttert. Hinten war eine kleine, schwarze Schleife. Der Größe nach musste es der Helm eines Mannes gewesen sein. Hans nahm den Helm auf und solange ihn die Gedanken an den Reiter ablenkten, dachte er nicht an den Weg, der noch vor ihm lag und an die Hitze und an den Durst. Hans sah auf das Meer, das unter ihm auf die felsige Küste rollte. Er dachte an Schiffbrüchige, die im Meer trieben und ohne Trinkwasser waren, und die verrückt würden bei dem Gedanken, dass sie von unendlich viel Wasser umgeben waren, und das sie verdursten würden oder ertrinken.
Er kam an eine Staubpiste, auf der auch Autos fahren konnten, die zu einem kleinen Strand wollten. Auf dem Strand, der nur wenig besucht war, sah Hans einen Mann in weißem T-Shirt und Badehose, der den Strand mit einer Harke von Treibholz säuberte. Hans ging hinunter. Der Strand gehörte zu einer Bar. Vor der Bar war ein Parkplatz mit Bäumen unter denen Autos standen, die vollständig von einer weißen Staubschicht bedeckt waren. Hinter der Bar war eine Terrasse mit sauberen Holztischen und grünen Stühlen. Hinter der Terrasse war das Meer, das hier sanft auf den Strand rauschte. Hans ließ sich eine Flasche Wasser bringen und sah auf das Meer. Das Meer war herrlich blau. In der Bucht lagen Segelboote mit Masten, die bis in den Himmel reichten.
„Mangiare?" fragte der bullige Typ mit schwarzem Kinnbart, der bediente.
Hans sagte: „No, grazie", und dachte an nichts. An weniger als nichts und schon überhaupt nicht ans Essen. Er trank

Glas für Glas und als die Flasche leer war, dachte er an das letzte Stück und an das Ziel und fühlte sich gut.
Das letzte Stück war Asphalt. Eine gewöhnliche Straße, die vom Meer über einen tiefer liegenden Ortsteil hinauf und zurück nach Capoliveri führte. Ein übles Stück Weg. Hans ging wie mechanisch über den heißen Asphalt. Nicht stehen bleiben und drüber nachdenken, dachte er jetzt. Eine Schlange, die überfahren worden war, klebte trocken und dünn wie Pergament auf dem Asphalt. Die Luft kochte und seine Hände waren angeschwollen. Die Füße schmerzten und fühlten sich ganz heiß an und dick. Hans ging und kam an einem Lastwagen vorbei mit grünen, glänzenden Wassermelonen wie Fußbälle so groß. Er hätte eine genommen, es war aber niemand zu sehen und er hatte auch kein Messer.
Nachdem er eine weitere Ewigkeit gegangen war konnte er endlich die ersten Häuser sehen. Alle Läden und Türen waren geschlossen wegen der Sonne. Auf einer Bank vor einem der Häuser saß ein alter Mann. Er rief Hans etwas zu und Hans, der ihn bestimmt nicht bemerkt hätte, weil er zu weit von der Straße entfernt vor seinem Haus saß, wusste nicht, ob der Mann ihn auslachte oder ihm Mut machen wollte.
„Tropo sole”, hatte Hans verstanden und der Mann hatte gelacht.
Hans sah den Alten, aber sein Gesicht konnte er nicht erkennen. Aber seine Stimme klang, wie die Stimme eines alten Mannes; mit der Erfahrung vieler Sommer.
Hans erwachte. Es war dunkel. Das Fenster stand offen und die Läden waren halb geschlossen vom Tag. Der Raum war stickig und er hörte, wie der Scirocco durch die Bäume strich. Er tastete nach der Wasserflasche und trank und das Wasser schmeckte fahl und war lauwarm. Draußen hörte er die Stimmen des Hotelpersonals und einige Schritte auf dem Asphalt.

Geschrieben von in Weite Welt um 21:11

Freitag, 25. Mai 2007

Meine Harley Davidson Fat Boy VERKAUFT an RAY

VERKAUFTDas ist meine Harley Davidson. Sie steht jetzt schon seit Jahren bei einem guten Bekannten in der Garage. Dabei ist sie immer angemeldet geblieben. Seit dem meine Kinder in mein Leben gekommen sind, bin ich keinen Meter mehr gefahren. So können sich schlagartig die Prioritäten ändern. So sind gerade mal knapp über 20.000 KM im laufe der 16 Jahre zusammen gekommen. Es ist an der Zeit das wir uns trennen. Also, ich und meine Harley. Denn Eigentum verpflichtet und es bricht einem das Herz wenn sie da nur so herum steht.VERKAUFTDeshalb würde ich mich über einen neuen Besitzer sehr freuen. Der sie viel bewegt. Leider ist der TÜV abgelaufen. Aber das ist kein Problem. Denn sie ist Top Fit. Zur Harley habe ich dann noch eine Menge Klamotten und Zubehör abzugeben (Gratis). Also, wer will? Bitte E-Mail an mich: c. hintze (at) note-i.de, oder über einen Kommentar Kontakt aufnehmen.VERKAUFTAnmerkung. Nun war es doch soweit. Wir haben uns getrennt. Es musste sein. So schlimm war es dann doch nicht, denn Sie ist in guten Händen. Und ab und zu werde ich sie mal wieder zu sehen bekommen. Tschüss, es war schön mit dir.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 18:27

Herzblut

Es gibt nicht wirklich viel, auf das man sich konzentrieren kann und darf. Vor allem so, dass man dem Wenigen, wirklich Wichtigen im Leben einen Großteil seines Herzbluts widmen kann. Menschen in nicht heterosexuellen Verbindungen und Singels haben da einen Vorteil. Oder alle Menschen, die einen Großteil der wesentlichen Lebensmerkmale einfach übergehen. Einen Vorteil Menschen gegenüber, die in einer heterosexuellen Partnerschaft mit menschlichem Zuwachs leben. Und vor allem gegenüber getrennten Partnerschaften, in denen einer die materiellen Bedürfnisse aller befriedigen muss. Was einen auch den letzten Blutstropfen für das Wesentliche kosten kann sind falsche Ziele, zu viel Schulden, Schuldgefühle und Ängste aller Art. Es gibt mehr, was einen davon abhält, ein durchweg gutes Leben zu führen, als Dinge, die es einem ermöglichen. Das fällt einem erst unterbewusst, dann offensichtlich auf. Aber dann ist es meist zu spät, oder höchste Zeit. Ein Kunde, der nun im Ruhestand weilt, erzählte mir mal, dass bei Männern so um die 40 sich das Leben meist noch einmal völlig verändert. Durch äußere und innere Einflüsse. Nicht nur, weil es bei ihm so war, sondern weil er es in seinem Umfeld häufig beobachten konnte. Die einen folgen dann ihrem Herzblut und ihren Herzenswünschen. Das sind die Wenigen. Die meisten kommen mit einem blauen Auge durch eine Sinnkrise, aber bleiben dann doch lieber dabei. Lieber erfolgreich auf dem falschen Lebensweg, als die berühmte Taube auf dem Dach.Diese Entscheidung macht die Betroffenen verbittert und engstirnig, intolerant und dominat. Der Zugang zu solchen Menschen wird immer schwerer. Denn es begleitet diese das ungute Gefühl, das Leben einer anderen Person zu leben. Diese Menschen erkennt man vor allem daran, dass sie ständig beteuern, sie könnten morgen ganz anders, ohne das alles. Sie könnten, wenn sie wollten. Aber sie wollen nicht. Die anderen hingegen beginnen im Prinzip bei Null. Aber von einer anderen Ausgangsposition aus. Somit sind diese das genaue Gegenteil. Sie sind offen, direkt, klar, nah bei sich. Aber am Anfang des Wandels unsicher. Sehr selbstkritisch. Voller Tatendrang, mit viel zu viel Ideen. Wenn man spürt oder sogar weiß, was man eigentlich will, dann ist das ein entscheidender Unterschied. Die folgen dann ihrem Herzblut. Somit sind Ergebnisse, Ziele, Erkentnisse, Errungenschaften und Erfahrungen aus der Vergangenheit nur noch relativ. Denn der Blick geht nur noch nach vorne. Alle anderen berufen und erklären sich ausschließlich durch dieselben Ereignisse aus der Vergangeheit. Das merkt man schnell. Für die einen heiligt der Zeck die Mittel bis zum Schluss. Für die anderen ist der Deal für das eigene Wohlbefinden unvereinbar. Und es ist schön zu sehen und mitzuerleben, dass immer mehr den Schritt wagen und ihrem Herzblut folgen. Aber es ist auch immer noch sehr traurig, wie viele ein Leben auf dem Holzweg vorziehen.Foto: Nicole Kengyel

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:59

Haltbarkeitsdatum von Ideen

Das Haltbarkeitsdatum von Ideen ist sehr variabel. Jede gute Idee entfaltet ihre Wirkung, wenn sie zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort, mit den richtigen Menschen umgesetzt wird. Sie selbst kann nichts. Sie kann nicht gehen, nicht sehen, nicht reden. Eine Idee ist nur eine theoretische Annahme. Auch ihre Wirklichkeit bringt sie nicht zum Fliegen. Denn alle Parameter müssen stimmen. Deshalb ist es so wichtig bei guten Ideen zuzugreifen und seinen

bescheidenen Teil dazu beizusteuern. Damit diese einmal wirklich abheben und fliegen. Somit sind eine Menge guter Ideen abgestürzt, nur weil sie am falschen Ort das Licht der Welt erblickten. Oder zur falschen Zeit. Oder in falschen Händen lagen. Um das zu verhindern, müsste es staatlich und wirtschaftlich unabhängige Ideenbewertungsstellen geben. Da sitzen die innovativsten Macher, bekommen ein Schweinegeld und müssen entscheiden, welcher Idee ein Staat, eine Wirtschaft, eine Branche bis hin zu einem Unternehmen nachgehen muss. Zudem sind diese befugt, diese Ideen in allen wichtigen Parametern ins Rennen zu schicken. Denn was hilft es, wenn eine gute Idee versickert? Dann ist es doch immer besser, jemand bekommt ein angemessenes Stück vom möglichen Kuchen ab. Oder wie ich immer gerne sag : Lieber 1 % von viel, als 100 % von nichts. Das Problem ist natürlich die Gier und der Neid und die Eitelkeit. Aber das muss man doch überwinden können. Man stelle sich mal vor, da sitzt ein Junge, 11 Jahre alt, in Berlin. Und hat eine riesen Idee. Was macht er mit der? Wohin geht er? Wem erzählt er davon und wem besser nicht? Warum kann der sich an keine Stelle wenden, von der wir alle was hätten? Ich finde, wir sind nicht das Land der Ideen, sondern ein weiteres Land der vergebenen Chancen. Warum nutzen, profitieren und bereichern wir uns nicht an unseren Ideen? Warum versickern diese spurlos? Bleiben in den Köpfen und geraten in Vergessenheit? Über 90 % aller angemeldeten Patente kommen nicht zur Anwendung. Niemand prüft nach, was da dran ist. Für eine Volkswirtschaft. Wir stellen doch unsere Arbeitszeit in Form des Bruttosozialproduktes zur Verfügung. Warum nicht auch das Sinn- und Wertvollste - unser Ideen? Dieses Feld überlässt man sich selbst. Oder Menschen mit viel Geld und ohne Ideen. VC Unternehmen. Wenn ich was zu sagen hätte, würde ich ein Ministerium gründen, in dem alle aufgefordert sind und eingeladen unser aller Lebensgrundlage zu verbessern, zu bewahren und zu steigern. Kurze Wege, schnelle Entscheidungen. Die richtigen Leute und Geld gibt es auch, wenn eine Idee mal ihre Kraft entfaltet hat.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:55

Donnerstag, 24. Mai 2007

Jetzt aber bitte Neid und Missgunst! – Danke!

Bernried hat Gold gewonnen. Man muss schon wissen, wo man hingehört. Der Ableger von note und note-blog, der Zweitsitz, die Außenstelle, an einem der schönsten Flecken dieser Erde, naja, wollen wir mal nicht übertreiben: zumindest in Bayern. Da hat sich das Fenster Putzen, Fahne Hissen, Rasen Mähen, Auffahrt Fegen und alles andere doch mal gelohnt.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 13:33

Die Dopingmauer fällt

Zum Thema "Stein ins Rollen bringen". Das ist doch mal ein fettes Ding. Wenn das so weiter geht, waren alle gedopt – außer den Tour-Gewinnern der letzten 15 Jahre. Jetzt offenbart sich, was alle eigentlich längst wissen. Man aber unter dem Mantel der Verschwiegenheit und des Big Business locker dulden konnte. Organisiertes .... Doping auf voller Breitseite. Was diese Spitze des Eisbergs nur auch offenbart, ist, mit welcher Systematik hier zur Förderung eines Wirtschaftsfaktors zu Werke gegangen wurde und wird. Die haben alle dasselbe Interesse. Soviel Geld mit dem Sport zu verdienen wie möglich. Somit kann man getrost davon ausgehen, dass in den Spritzerstüblis am Rand der Strecke alle nett beisammen saßen. Sich sicher auch mal ausgeholfen haben. Denn es haben ja alle zählbar etwas davon. Und man kann getrost davon ausgehen, dass dieselbe Vorgehensweise nicht nur auf den Sport begrenzt sind. Sondern man sie auf alle Bereiche unserer Gesellschaft übertragen kann und muss. Ich sage nur Korruption und Bestechung. Der ständige Ergebnisdruck und die Gier nach immer mehr, führt nun mal unweigerlich zu ergebnisfördernden Mitteln. Vielleicht leben wir ja gar nicht in einer freien Marktwirtschaft. Sondern in einer zweckentfremdeten Bereicherungswirtschaft. Könnte sein. Vielleicht sollten wir allen Straffreiheit gewähren, aber dafür müssen alle, die geständig sind, diesen Methoden abschwören. Und das im Frühstücksfernsehen öffentlich tun. Ne, das geht nicht. Es sind ja viel zu viele. Da müsste man einen ganzen Fernsehkanal für einrichten. Der sendet rund um die Uhr. Oder besser gleich 20 Spartenkanäle? Dann müssten wir so in 45 Jahren durch sein mit allen.Nachtrag: Aus der Pressekonfernz mit Aldag und Zabel gib es einen Satz der bei mir hängen geblieben ist und um dessen Umsetzung ich mich sehr freuen würde. Ich zitiere:"Erfolg nicht um jeden Preis. Und für alle unter gleichen Bedingungen"Wie oft habe ich mir das gewünscht in meinem Leben und wie oft und wie lange werden ich das noch tun? Man darf gespannt sein.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 11:36

Die alte Welt

Es ist schon seltsam mit anzusehen, wie die alte Welt versucht, so viel zu bewahren, wie es nur geht. Und wenn schon Veränderung, dann muss so viel gerettet werden von dem was war, wie es nur geht. Dabei geht es nicht um Inhalte, sondern um die Tatsache an sich. Anzüge tragen und Krawatten ist da noch das Geringste. Dabei bietet die neue Welt viel mehr. Viel mehr Individualität, Flexibilität, nicht als Selbstaufgabe gedacht, sondern eingesetzt zum eigenen Nutzen. Viel mehr Verantwortung. Natürlichkeit. Spaß und Entspannung. In der neuen Welt arbeitet die Technik für einen und nicht anders herum. In der neuen Welt geht es nur um Leistung & Ergebnisse und vor allem, wie man dahin kommt und was das Individuum davon hat. Die Dinge werden ins Gleichgewicht gerückt. Mehr Zeit mit der Familie, mit Freunden. Viel mehr Zeit für sich. Kein Alibi-Arbeiten. Keine verschwenderische Präsenzkultur. Man kann die Verantwortung nicht einfach wegdelegieren. Sondern man ist selbst dafür zuständig. Ich treffe natürlich noch ständig auf Menschen aus der alten Welt. Die tolle Titel verliehen bekommen haben. Und deren Bürostuhl zwei Armlehnen hat und den hohen Rücken, weiter höher geht es kaum. Die ständig auf Flughäfen verweilen und in Hotels irgendwo auf dieser Welt. Die mehr als 20 Mal umgezogen sind im Leben. Die das Handy nie aus den Augen lassen und als erstes morgens und als letztes abends kurz noch mal die Mails checken. Die alle Abläufe der alten Welt verinnerlicht haben und perfekt beherrschen. Deshalb sind sie da, wo sie sind. Adrett, gut bezahlt und mit noch besseren Perspektiven ausgestattet. Die alte Welt besteht aus Netzwerken, die zusammenhalten wie Armeen. Die sich gegenseitig darum kümmern, das Netzwerk immer in der best möglichen Position zu halten. Etikette wird hier noch groß geschrieben. Spontaneität ist hier eher verpönt. Es macht mehr den Anschein, als ob jemand sich nicht unter Kontrolle hat. In der alten Welt hat alles seine Ordnung und seine Abläufe. Die gilt es unbedingt einzuhalten. Sonst kommt man nicht weit.Aber der Abgesang der alten Welt hat

längst begonnen. Individualisten, Einzelkämpfer und extrem freiheitsliebende Menschen, wollen Erfolg, aber nicht um jeden Preis und vor allem miteinander. Denen ist die Hautfarbe, das Geschlecht, das Alter, denen ist das alles egal. Hauptsache das Ergebnis stimmt und somit die Leistung. Ob im Jogginganzug oder im Anzug, die Toleranz gilt der Leistungsfähigkeit. Alles hat sich dem unterzuordnen. Sich dahinter anzustellen. Maximale Freiheit das, was wirklich zählt. Den Aufwand so klein wie es nur geht. Und das Ergebnis so groß wie möglich. Gewinn definiert sich in der neuen Welt nicht nur durch Geld und Zahlen, sondern auch durch Gefühle, Menschen und Zeit. In der neuen Welt ist der Einzelne mehr auf sich selbst angewiesen. Kein Netz hält ihn, wenn die Leistung ganz und gar nicht stimmt oder das Ergebnis. Der Weg wird frei gemacht für die Leistungsbringer. Weil alle von diesen profitieren. Und das Ergebnis gibt Recht. Es kommt nur darauf an, was dabei heraus kommt. Der Aufwand schwindet zunehmend und weicht der Lösung. Die Netzwerke zerbrechen, weil sie zu träge sind und Entwicklungen verpassen. Sie zerbrechen nicht, weil sie zerschlagen werden, sondern weil sie sich in Selbstgefallen auflösen. Andere sind um so Vieles besser, dass es der Netzwerke nicht bedarf. In der neuen Welt ist nicht alles besser. Aber es verändert sich alles. Weil sich immer alles verändert hat. Schon komisch zu sehen, wie man dabei förmlich zusehen kann, wie ganze Konzerne den Zug verpassen. Nicht realisieren, dass die Interessen sich gewandelt haben. Aber es ist gerecht. Warum sollten auch immer die Gleichen am Ruder sein? Ist doch schön, dass immer wieder die Karten neu gemischt werden.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:56

Du bist nicht allein

Als Mensch kann das schon sein, aber nicht in einer der vielen Situationen, bei denen du wirklich glaubst: "So ein Mist kann doch nur mir passieren." Das Problem, das damit einhergeht, ist, dass man über besonders üble Situationen sich so gut wie nicht austauscht. Somit bleibt es ein Monolog, dem das Dia vom Dialog fehlt. Somit fühlen sich viele Menschen mit ihrem Problem alleine gelassen. Obwohl sie das nicht sind. Ganz im Gegenteil. Ich kenne kein Problem, also nicht bis heute, das nicht zur selben Zeit einige bis viele auch hatten.Das bekommt man raus, wenn man seine eigentliche Peinlichkeitsgrenze einfach mal überspringt. Schlimmer kann es ohnehin nicht werden. Und siehe da, plötzlich hat das "Piep" schon fast jeder Mal erlebt. Und jeder dachte, er wäre der einzige. Also, mal ehrlich, so einzigartig sind wir in unserem Verhalten nicht. Somit kann ich nur jedem empfehlen, es mal zu versuchen. Sich einem Vertrauten mal anzuvertrauen. Erst ganz vorsichtig. Mal so eine Anspielung. Mal sich langsam vortasten. Nur Mut. Es ist ein tolles Gefühl, nicht allein zu sein. Zudem kann so ein Schritt der zu einer ganz besonderen tiefen Beziehung sein.Über Schwächen reden, heißt Stärke zeigen und Verbindungen herstellen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:49

Mittwoch, 23. Mai 2007

Die Farbe der Probleme

Die wenigen unter Euch, die mal leider durch eine wirtschaftliche Krise mussten, (also ich kann das auch nur aus Erzählungen wiedergeben), für die unterscheiden sich gute und schlechte Tage zum Großteil an der Farbe der Post. Denn wenn ein Tag schon so anfängt, kann der nur weniger gut weitergehen. Denn mit der Farbe der Post bekommt man auch immer reichlich zu tun. So ist der wohl übelste Treffer die Farbe "gelb" mit Sichtfenster, die höflicherweise immer und nur persönlich übergeben beziehungsweise zugestellt wird. Und die man sogar quittieren darf. Mit einer solchen gelben Post hat man sofort ein richtiges Problem auf dem Tisch.Obwohl man mit der Zeit da gelassener wird. Aber sind die Abstände zwischen zwei gelben Poststücken groß, dann ist die Sogwirkung nach unten doch enorm. Somit würde ich jedem abraten, für Mailings die Farbe gelb zu verwenden. Die zweite unschöne Farbe der Probleme ist zwar ökologisch zu empfehlen, aber sonst eher nicht. Es ist grau. In den grauen Umschlägen droht in der Regel Gefahr von Amtsseiten. In der Regel spielen sich auch hässliche Szenen ab. Der Tag ist im Eimer, weil man nun endlos Papier zusammentragen muss. Grau ist für Werbung über den Postweg auch ganz übel. Die meisten zucken erschrocken zusammen, wenn sie nur grau sehen.Nicht zwingend übel, aber möglicherweise, sind grüne Umschläge. Grün stellt aber auch keine geringe Gefahr dar, dass der Vormittag sich jetzt ganz anders gestaltet als gedacht. Weiße Umschläge sind nur dann gefährlich, wenn sie zu dick befüllt sind. Wenn ein weißer DIN-Lang Umschlag in der Post liegt, der prall gefüllt ist, dann ist das kein gutes Zeichen. Da könnte eine böse Überraschung auf einen zukommen.Absolut ungefährlich sind orangene, rote, dunkel- oder hellblaue, violette, schwarze, braune und transparente Umschläge. Hier erwartet einen in der Regel nichts Bewegendes. Blinder Alarm sozusagen. Somit kann man sagen, dass schon die Farbe der Post eine eindeutige Sprache spricht. Und das Öffnen eines Postkastens bringt jedesmal seinen eigenen Spannungsbogen mit sich.Aber wie gesagt, dass kenn ich für meinen Teil nur vom Hörensagen. Ach ja, nicht zu vergessen ist die Situation, wenn nicht das Schriftstück mehr allein kommt, sondern derjenige gleich mit, der im Auftrag darauf achtet, dass die Inhalte eingehalten werden. Die tragen auch meist graue Anzüge. Passend zu den grauen Umschlägen mit dem grauen Papier - habe ich gehört. Dabei hat jeder Tag die Chance, ein guter zu werden, aber wenn die Farben ins Haus flattern, das ist wie ein Tiefschlag, da erholt man sich erst 24 Stunden später davon.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

www = welt weit wahn

In der Bloggerszene geht der Wunsch nach dem unendlichen Reichtum um. Nach dem ultimativen Businesscase. Nach der Killerapplikation. Somit betreiben die meisten Blogger ihre Blogs nur aus einem Grund: In der Hoffnung, auf Web-Öl zu stoßen. Oder auf eine Online-Goldader. Und wie im wirklichen Leben steckt jeder seinen Blog-Claim ab und macht darauf seine seltsamen Versuche. Dabei scheint es besonders wichtig zu sein, jedem, der es auch nicht hören will, kundzutun, dass man kurz vor dem riesen Ding ist. Dabei kommen mir viele Blogger so vor wie faule Hartz 4 Empfänger, die einen kläglichen Versuch unternehmen, locker vom Hocker mal eben reich zu werden. Aber besser, sie treiben sich im Web, als auf der Straße herum. So erfährt man auf vielen Blogs unter anderem wie es geht. Das alles. Die meisten Formulierungen fangen aber mit hätte, wenn und aber an. Und das ist bekanntlich alles nur Gelaber. Die investierte Zeit in Blogs weltweit in das Machen und in das Lesen ist nicht gering. Aber das alles verteilt sich global gesehen auf Staubkorngröße. Muss den jeder, der ein Instrument in die Hand nimmt, John Lennon oder Sting werden? Ist denn der einzige Sinn ein Instrument zu erlernen dadurch zu begründen, dass man schweinereich wird? Oder muss das Ziel eines jeden Kochs sein, bei Kerner zu kochen? Wer sich für eine Partei engagiert, muss der immer nur das eine Ziel Kanzler/-in vor Augen haben? Kann man nicht einfach ein wenig fußballspielen, muss das Ansinnen immer Profi werden sein? Ich finde die Blogger-Szene hat bis auf wenige Ausnahmen falsche Ziele, falsche Vorstellungen. Es kommt mir so vor wie in den 70ern, als in jedem Keller eine Band geschrabbelt hat. Alle nur einen Schritt davon entfernt, Megastar zu werden. Muss denn alles immer im Reichtum enden? Auch das Bloggen? In Deutschland spielen 5 Millionen Menschen Fußball, davon werden 0,012 % Profies. 99,988 % sollten daher mehr hoffen, dass sie Spaß am Spielen haben. Und so verhält es sich mit allem und allen. Nur max. 1 % schaffen es zu Reichtum. Und dieses 1 % sollte man sich mal genau ansehen. Ob das so erstrebenswert ist, dafür das herzugeben, was man am liebsten macht.Also, ich schreibe gerne. Und ich würde auch gerne vom Schreiben leben können, sogar gut. Aber es könnte mir passieren, dass sich dieser Wunsch nie erfüllt. Wie bei 99 % aller, die schreiben. Somit scheint es für mich erstrebenswerter zu sein, mir meine Lust und den Spaß am Schreiben zu erhalten. Die Energie, die ich dadurch gewinne, zu erhalten. Mir die Reflektion meiner Betrachtungen zu erhalten. Egal, wie es aus- und weitergeht. Als

ständig darüber nachzudenken, wie man mit wenig Aufwand über Nacht steinreich wird. Somit ist das Blog ein schönes technisches Tool, um sich selbst unter positiven Druck zu setzen zu schreiben. Das Image ist eigentlich schon ziemlich schlecht. Wenn man sagt, dass man einen Blog betreibt, winken die meisten schon ab. Der Gedanke der Klowände herrscht vor, auch ohne, dass dies jemand laut gesagt hat. Das Niveau ist oft fürchterlich. Keine Kontinuität. Langweilig. Überall steht dasselbe. Der Inhalt ist morgen vergessen und unwichtig. In einer Gesellschaft, die immer mehr Informationen ausschüttet, sind die Blogs der Megagau. Denn eigentlich heißt es für jeden intelligenten Menschen weglassen, loslassen, reduzieren und konzentrieren. Denn die Menge ist nicht mehr zu verarbeiten und zu qualifizieren.Und Blogs sind da der Alptraum. Selten recherchiert. Subjektiv vom ersten bis zum letzten Buchstaben. Immer darauf bedacht, möglichst viel Trafik anzulocken. Somit ist die inhaltliche, kommunikative Leistung aller Blogs sicherlich auch bei gerade mal 1 % anzusehen. Das bedeutet bei 44 Millionen Blogs, dass nur 440.000 etwas Relevantes zu sagen haben. Nicht immer, aber manchmal. Mal der eine, mal der andere. Mal mehr, mal weniger. Wer soll das filtern? Wer soll da durchblicken. Auf der anderen Seite sind die Blogs für Google zum Beispiel ein Traum, da Inhalte der Blogs mehr bewertet werden als die der Industrie. So muss diese immer mehr bezahlen, um sich vorne platzieren zu können. Somit sind die Blogger ca. 44 Millionen Mitarbeiter von Unternehmen wie Google, nur mit dem kleinen Unterschied, dass es da Milliarden gibt und auf Bloggerseite keinen müden Euro. Denn die machen das für Goggle alle gratis. Der Eitelkeit wegen. Der Anerkennung. Des Geltungsdranges. Wegen des Minderwertigkeitskomplexes. Denn mal ehrlich: Warum sollte jemand 10 Millionen Euro für einen Blog bezahlen? Was kauft er denn dafür. Der Kontent ist bei 99 % nichts Wert. Der Trafik ist bei 99 % nichts Wert. Weil zwar viele kommen, aber oft nur Sekunden bleiben. Tags schaffen zwar Trafik, aber von welcher Qualität? Keiner! Somit finde ich den Weg der Süddeutschen sehr gut, die jetzt im Süd Café und mit der Kommentarfunktion etwas sehr Richtiges und Gutes gemacht hat. Sie benutzt den Blog als Kundenbindungs- und Gewinnungsmittel. Ein kleines Tool, aber ein sehr modernes. Denn die Qualität der Kommentare ist zu 99 % erschreckend. Somit gibt es doch einen Grund dafür, dass Menschen Jornalisten sind. So richtig mit Ausbildung, Studium und Erfahrung. Das liest sich schon mal ganz anders als diese spontanen Pöbeleien. Ich habe keine Ahnung, was und wohin es mit dem Blog geht. Es ist mir auch ein gutes Stück weit egal. Was mir daran gefällt ist, dass es mich diszipliniert hat, zu schreiben. Nicht nur mal so, sondern regelmäßig. Das mache ich für mich. Und ich spüre, dass es mir gut tut. Was es in der Welt da draußen anrichtet, weiß ich nicht. Aber das ist eine ganz persönliche Sache. Wie alles, was ich freiwillig machen. Manchmal wünsche ich mir, das mehr Blogger weniger den Business-Case im Kopf hätten, und anstatt dessen lieber etwas sagen würden. Was mich erreicht, berührt, zum Lachen, Nachdenken, Überdenken oder Umdenken bringt. Aber da kommt nur sehr, sehr wenig. Denn unverwechselbaren, zeitlosen, wertvollen Content zu produzieren könnte sinnvoller sein.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Dienstag, 22. Mai 2007

Einen Stein ins Rollen bringen

Das Problem an Ideen ist, dass gute oft Arbeit machen und einen ganzen Stein ins Rollen bringen. Solange man noch keine Idee hat, ist Ruhe im Haus. Die einen können es gar nicht abwarten, einen möglichst großen Stein ins Rollen zu bringen. Die anderen würden sich am liebsten selbst nicht von der Stelle rühren. Somit treffen zwei grundsätzlich andere Voraussetzungen aufeinander. Wobei die eine nichts mit der Sache zu tun hat, die andere umso mehr. Da kann man sich den Mund fuselig reden. Wenn der andere sich nicht bewegen will, dann braucht der auch keine Idee. Keine andere, keine weitere und schon gar keine neue Idee. So kann es einem passieren, dass man völlig beseelt von einer Lösung und der damit verbundenen Idee auf eine Situation trifft, mit der man nicht gerechnet hat. Das Gegenüber windet sich, wie er nur kann. Er findet das Haar in der Suppe, die Nadel im Heuhaufen und aus dem Stein des Anstoßes wird eine Lawine der Bedenken. Man selbst denkt unweigerlich, es läge an der Idee. Aber da kann ich Sie beruhigen. In den seltensten Fällen liegt es an der Idee. Meistens liegt es zum Glück nur an den falschen Umständen und Voraussetzungen. Die einen wollen was machen, die anderen ganz und gar nicht. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:50

Hör mal, du hast da ein Tier auf der Brust

Als ich noch jung war, das ist schon eine Weile her, da gab es Polohemden. Polohemden waren zu der Zeit voll im Trend. In den Farben blau, rot und... ich glaube, das war's. Es gab Polohemden von vielen verschiedenen Herstellern. Alle in blau und rot und ... ich glaube, das war's. So weit, so gut. Aber die Polohemden hatten einen entscheidenden Unterschied. Nicht die Farbe. Denn alle waren damals blau und rot und ... ich glaube, das war's. Da gab es welche, die hatten ein kleines grünes Tier auf der linken Brust. Also auf der Seite, auf der man sein Herz trägt. Das saß da. Immer an derselben Stelle. Immer gleich klein und grün. Dieses kleine Tier war immer grün. Unvorstellbar aber war, wenn man dieses Tier auf der Brust hatte, dann kostete das Polohemd nicht 19,90 DM, sondern 79,90 DM. Das sind in EURO 19,90 EUR ohne und 79,90 EUR mit. In der Herstellung kostet so ein kleines grünes Tier nicht die Welt. Sagen wir mal 0,01 Cent pro Tierchen. Somit ist der Unterschied zwischen mit und ohne wirklich tierisch. Und das Verrückte an der Geschichte ist: Das ist heute auch noch so. Das ist Marke. So einfach geht das. Man macht ein kleines grünes Tier auf die Brust und verdient 200 % mehr daran als alle anderen. Und alle sind glücklich und zufrieden. Der Handel, der Hersteller und der Träger des kleinen Tieres. Niemand beschwert sich. Ganz im Gegenteil, damals gab es die kleinen Tiere zum Ausschneiden und Aufnähen zu kaufen. Also man hat sich Polohemden für 19,90 DM gekauft und das Tier selbst drauf gemacht. Schon war es in der Augen aller 79,90 DM Wert. Ist doch verrückt. Das Menschen offensichtlich für etwas viel mehr zahlen, obwohl sie nicht müssen. Jetzt kommen sie mir nicht mit Qualität. Der signifikante Unterschied zwischen Polohemden die blau und rot und ...ich glaube, das war's sind, ist never ever 200%.Das muss Marke sein. Das ist so ein Gefühl, was die Leute unbedingt wollen und wofür sie bereit sind, mehr zu zahlen als nötig. Ein Traum. Das ist doch wunderbar. Das muss man sich mal vorstellen. Keine Argumente, keine Preisstörer, keine unnötigen Informationen. Nur die Gegenwart eines kleinen grünen Tieres - sehen Sie es? Da sitzt es. Da...auf der Brust. Ist nicht mal süß, oder irgenwie besonders. Es ist nur da. Einfach da. Wunderbar.Foto: Nicole Kengyel

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:48

Montag, 21. Mai 2007

So erzeugt man unqualifizierten Tra Fick auf seiner Seite

Sieht zwar in der Statistik toll aus, bringt aber nichts. Denn die Besucher die einen entsprechenden Content suchen, erzeugen zwar enormen Tra Fick ziehen aber enttäuscht wieder ab. Außer man baut ein paar wirklich geile Links ein, wie diesen, oder diesen, oder diesen. Und bei den ganz Harten kommt so was extrem gut an. Aber wie gesagt, wer wie wir nur qualifizierten Tra Fick will, der macht oder braucht so etwas nicht. Ganz im Gegenteil. Die Geister die man rief. Ich hoffe alle die hier etwas gänzlich anderes erwartet haben, nehmen mir das nicht übel. Ein bisschen Spaß muss sein.... (Die Spam-Attacken scheinen mir sicher - oder?)

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 19:29

* Sunny

Sunny ist da. Geboren in Australien. Die Tochter von Daniela und Walt. Sehr, sehr, sehr guten Freunden und Mitstreitern von uns. Die sich zum Glück in der note kennen gelernt haben. Wofür so ein Arbeitsplatz alles gut sein kann, wenn man unter Gleichgesinnten ist. Unsere Freude ist überwältigend: Kathi, Torsten, Regina, Evelyn, Peter, Daniel, Daniela und allen anderen. Aus besonderm Anlass deshalb nun diesen Song für alle zum mitsingen: Sunny, yesterday my life was filled with rain.Sunny, you smiled at me and really eased the pain.The dark days are gone, and the bright days are here,My Sunny one shines so sincere.Sunny one so true, I love you.

Sunny, thank you for the sunshine bouquet.
Sunny, thank you for the love you brought my way.
You gave to me your all and all.
Now I feel ten feet tall.
Sunny one so true, I love you.
Sunny, thank you for the truth you let me see.
Sunny, thank you for the facts from A to C.
My life was torn like a windblown sand,
And the rock was formed when you held my hand.
Sunny one so true, I love you.

Sunny, thank you for the smile upon your face.
Sunny, thank you for the gleam that shows its grace.
You're my spark of nature's fire,
You're my sweet complete desire.
Sunny one so true, I love you.
Sunny, yesterday my life was filled with rain.
Sunny, you smiled at me and really eased the pain.
The dark days are gone, and the bright days are here,
My Sunny one shines so sincere.
Sunny one so true, I love you.
I love you.
I love you.
I love you.
I love you.
I love you.

I love you.Danke! (Wenn es ihnen toll gefallen hat, einfach noch mal singen)

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 15:20

Hinderlich, aber überwindbar

Politische Prägung, Überzeugung bis hin zur Wahlentscheidung ist maßgeblich geprägt, was man mitbekommen hat in seiner Kindheit. Von wegen freie Meinungsbildung. Kinder wählen oftmals das, was die Eltern wählen. Wer will schon seine Eltern enttäuschen? Mütter, was die Väter wählen. Und kommt sozialer Auf- und/oder Abstieg hinzu, wählt man das, was man standesgemäß wählen muss. Inhalte, Themen und Programme kennt kaum jemand. Die politische Markenentscheidung ist bereits gefällt. Und die bleibt in der Regel auch so.Im Laufe der Jahre erlebe ich mich als Überläufer und zwar nicht zu Parteien, sondern zu Personen. Die aber in den Parteien sind, die ich nicht wählen würde. Oder bald doch, oder wie auch immer. Mein Kabinett setzt sich nicht mehr aus Parteien zusammen. Von mir aus könnte man die Parteiendemokratie auflösen und wechseln zu einer Peronendemokratie. Wieviele parteilose Bürgermeister gibt es eigentlich schon in Deutschland? Die Positionskämpfe Arbeitgeber - Arbeitnehmer, der Klassenkampf, CDU gegen SPD, Grüne gegen FDP und alle gegen die Rechten und Linken, langweilt mich. Zudem erscheint es mir nicht lösungs-, ergebnis- und leistungsbezogen. Gewinnt eine Partei, besetzt sie alle Posten mit mehr oder minder qualifizierten, treuen Parteisoldaten. Die Politik in der Politik ist nicht nur unerträglich geworden, sie kostet den Standort Deutschland einfach zu viel. Ich für meinen Teil fand Frau Renate Künast sehr überzeugend. Das geht mir auch so mit Frau von der Leyen und last but not least Frau Merkel. Und bitte glauben sie mir eins: Die jeweiligen Parteien hätte ich mir als Wahlentscheidung oftmals nicht träumen lassen. Warum also keine themen- und sachbezogene Wahl? Warum nicht "Deutschland sucht den Superminister: Umwelt, Finanzen, Verteidigung usw..."? Warum nicht Personen bewerben, die sich für das Amt qualifizieren? Jede Fußballmanschaft versucht doch möglichst viele gute Fußballer zu einer noch besseren Mannschaft zu formen. Das schlägt sich nicht nur im Fußball absolut positiv auf das Ergebnis nieder. Deshalb sind meine politischen Favoriten quer durch fast alle Parteien zu finden. Eine Multikulti-Regierung, das wäre mein Wunsch. The best of Germany. Ich denke, das würde uns in allen Sachfragen und Herausforderungen wirklich weiter bringen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:50

Worüber soll man denn schreiben?

Die Menschen, die es gut mit mir meinen, denen gefallen meine Einblicke in Dinge, die offensichtlich und selbstverständlich sind. Aber niemand nimmt sie wirklich wahr. Oder zur Kenntnis. Das verwundert mich immer wieder. Denn beim Schreiben denke ich nicht so richtig darüber nach, was ich schreibe. Sondern dass ich schreibe. Denn beim Schreiben bin ich mit mir und meinen Gedanken und Gefühlen alleine. Nicht einsam. Sondern wohltuend alleine. In einer Welt wie der unsereren, und eine andere habe ich nicht, ist das Beste die Flucht nach vorne. Somit schreibe ich, was mir durch den Kopf geht. In dem Moment - wie jetzt. Ich versuche nicht zu formulieren und besonders schön, witzig oder auffallend zu schreiben, sondern was ich gerade sehe. Mein Ziel ist es, meine Gedanken für mich sichtbar zu machen. Diese reflektieren zu können. Zu verinnerlichen. Somit nehme ich jeden Impuls auf und mit und lasse ihn über meine Finger raus. Und dann bewerte ich nicht. Oder sagen wir mal so, so gut wie nicht. Manchmal denke ich Blödsinn und somit schreibe ich auch Blödsinn. Das verwerfe ich dann. Das ist mein Recht. Das muss ich tun. Wenn ich was kochen würde, was mir nicht schmeckt, würde ich es ja auch wegwerfen. Das Schreiben ist also ein Selbstzweck. Ich bin zum Glück nicht finanziell davon abhängig und auch nicht von der Anerkennung oder Bewunderung. Nicht, dass ich mich nicht danach verzehre, aber ich bin davon nicht abhängig. Ebenso ergeht es mir mit Kritik. Nicht, dass ich diese verteufele, aber auch diese verändert nichts an der Art, wie ich schreibe. Es soll so rein sein und bleiben wie es ist. Denn nur so hilft es mir, meine Gedanken zu ordnen, zu vertiefen und zu verwerfen. Das Schreiben konkretisiert Gedanken, die sonst verloren gegangen wären. Nicht alle Gedanken sind es Wert, dass man ihnen folgt. Aber aus jedem durchdachten Gedanken ensteht die Chance, etwas seinem Bewusstsein und seiner Sammlung von Erkentnissen, Überzeugungen und Meinungen hinzuzufügen. Und ich mache das gerne. Ich liebe das. Wie andere gerne neue Bücher ins Regal stellen. Oder eine CD, oder was auch immer. Meine Sammlung sind meine Gedanken, die großen und die kleinen. Deshalb schreibe ich sie auf. Damit meine Sammlung Form annimmt. Dann kann ich darin blättern, stöbern. Mich erinnern. Mich entdecken und verstehen. Darum schreibe ich. Also, wenn ich die Frage, die mir oft gestellt wird, beantworten soll, wenn ich sage: Schreib doch! Ja, was soll ich den schreiben? Entgegne ich: Alles. Schreib alles auf, was dir in den Sinn kommt. Du wirst schon sehen, wohin es dich führt.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 08:47

Freitag, 18. Mai 2007

Akquise – Ein kaukasischer Kreidekreis

Das Problem, das sich stellt, lautet: Mit welchen Mitteln ist man bereit, Kunden für sich zu gewinnen? Der Einsatz dieser Mittel gibt maßgeblich Antwort auf die kurzfristige Wirkung. Vor allem, wenn man mal schaut, welche Mittel andere bereit sind, einzusetzen. Somit muss man sich fragen, wie weit man bereit ist, zu gehen. Und wann man lieber zurückzieht. Denn da draußen sind vielen alle Mittel recht, um einen Kunden an Land zu ziehen. Der Kunde weiß oft nicht, wie ihm geschieht. Somit unterliegt er nicht den Verlockungen anderer oder deren besseren Argumenten. Sondern der Kunde wird mit Gewalt an sich gerissen. Na, dann mal viel Spaß.Ich denke, in einem solchen Umfeld muss man sich zurückhalten. Das ist wie mit Manieren beim Essen. Die hat man nicht nur, wenn Menschen mit am Tisch sitzen, die hat man immer. Warum? Damit man nicht die Situation verwechselt. Das heißt, man isst nicht wie ein Schwein, nur weil man glaubt, alleine zu sein. Es gebieten die Moral und einige ethische Grundsätze, auch bei der Akquise nach dem Prinzip zu verfahren: Die Geister, die ich rief.Wenn andere nur Umsatz einloggen wollen. Wenn andere dafür bereit sind, Nebenabsprachen zu treffen, bei denen sie kein Augen mehr zu tun können. Wenn andere planen, den Kunden maximal 2 Jahre auszusaugen. Wenn andere denken, mit einem Einstiegsangebot den Kunden zu angeln und dann wirklich glauben, sie könnten die Preise nachträglich auf ein erträgliches Niveau anziehen. Wenn andere überzeugt davon sind, dass nur die in Aussicht gestellte Zielvorgabe zwar unerreichbar, aber überwältigend wirken muss. Wenn alle mit allen Mitteln diesen Kunden mit Gewalt an sich reißen wollen. Dann muss man sich entscheiden, ob man mitreißen will. Oder mit Anstand gewinnen. Denn eventuell findet der Kunden seinen Weg zu Ihnen. Zwar über Umwege und Entäuschungen, aber er findet ihn. Denn bei der Akquise ist es wie im wirklichen Leben: Das, was man wirklich will, ist eine überwältigende, langfristige, begeisternde, interessante, vertrauensvolle Beziehung, die jede Menge Früchte trägt, aber auch schwere Zeiten meistert. Also lassen Sie die anderen mit allen Mitteln ziehen und zerren. Ich glaube fest daran, wenn man konstant und konseqent seinen Weg verfolgt, dann kreuzen diesen Weg über kurz oder lang die Richtigen. Das muss so sein, sonst habe ich ein Problem, ich wäre sonst völlig auf dem Holzweg.Ein kaukasischer Kreidekreis, was ist das dann?

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 09:42

Donnerstag, 17. Mai 2007

Alter

Als ich sehr jung war, habe ich das Alter geachtet. Weil es schon so viel auf dem Buckel hatte. Als ich nur noch jung war, habe ich das Alter verachtet, weil es nicht mehr mitkommt. Als ich nicht mehr jung war, habe ich angefangen, das Alter zu verstehen. Wenn ich alles andere als jung bin, werde ich endlich verstehen, was Alter bedeutet. Hoffe ich. Im Augeblick hoffe ich, dass Alter bedeutet, dass man im Stau auf der Autobahn nicht mehr ständig die Spur wechselt, weil man glaubt, die anderen seien schneller. Dass man weniger redet, weil alles gesagt ist. Man sich nur noch um das bemüht, was man beeinflussen, verändern und machen kann. Dass man rücklickend festellt, dass man wenigstens einen wirklichen besten Freund hat. Dass Geld nur die halbe Wahrheit ist. Dass man über sich selbst mehr lachen kann. Dass man den Begriff Zeit endlich einzuschätzen weiß. Dass man die Ruhe weg hat. Dass man sich nicht mehr über alles aufregt. Dass man die Dinge gedeihen, reifen und ruhen lassen kann, wenn es vonnöten ist. Dass man nicht mehr so auf alles drängt. Dass der hektische Blick aufhört. Man mehr bei einer Sache richtig ist, als bei vielen Sachen zu wenig. Dass man nicht mehr ans Telefon rennt. Dass man länger sitzen bleibt beim Essen. Dass man mehr liest. Dass man mehr für sich als für andere tut. Dass die Dinge einen nicht mehr so im Griff haben. Dass die Prioritäten klar sind. Dass die Disziplin über den Gewaltakt gesiegt hat. Dass Neid und Missgunst vorüber sind. Mensch Alter, warum beginnst du nicht viel früher?Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 11:45

Mittwoch, 16. Mai 2007

Die kleine Nachtmusik

Da wird mir wirklich dunkel vor Augen. Nichts gegen Mozart. Aber das Problem an der Kleinen Nachtmusik ist, dass diese Gemafrei ist. Deshalb ist diese in viele Telefon-Anlagen-Warteschleifen eingebaut. Nicht als Interpretation eines berühmten Konzertpianisten. Sondern in etwa so wie das Keyboard klang bei dem Lied "Da da da" von Trio seinerzeit. Das hat das Klangvolumen eines 1988 Casio Taschenrechners. Das nervt so brutal, dass man es eigentlich beim Abbau der Atomarsenale, Splitterbomben, biologischen und chemischen Kampfstoffen gleich mit verbieten sollte.Das ist denen bei den Genfer Konventionen damals einfach aus Versehen durchgegangen. Kann passieren. Aber einen solchen Fehler über 30 Jahre nicht mit aller Macht zu korrigieren, das ist echt untragbar. Der Kunde selbst hört seine eigene Warteschleife ja nicht. Ist nur verwundert, dass die Aufträge ausbleiben, verkümmern und absterben. Und dass niemand mehr als 3 x klingeln lässt, um der Tortour zu entgehen.Das ist Psychoterror von der übelsten Sorte. Da muss was passieren. Ich glaube, wenn eine Partei wie die FDP in ihr Wahlprogramm die Verdammung der Kleinen Nachtmusik und, wo wir gerade dabei sind, auch von Pour Elise, als einen Programmpunkt deklarieren würde, die würde sich über die absolute Mehrheit ganz schön wundern. Da bin ich mir sicher. Ganz sicher. Das gilt im Übrigen auch für die Grünen und alle anderen Parteien.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:51

Dienstag, 15. Mai 2007

Nicht alle Tassen im Schrank?

Wessen geistes Kind ein Unternehmen ist, erkennt man sehr leicht, in dem man sich in die Küche schleicht und heimlich einen flüchtigen Blick auf die Kaffeetassen wirft. In der Regel sind die im Oberschrank über der Spülmaschine. Und was siehst Du?1. In Reih und Glied aufgereihte unterschiedliche Trinkgefäße, die aber stilistisch alle aus der identischen Ecke kommen. Esthetisch, sauber und gut sortiert. Espressotassen, Kaffeetassen, Milchkaffeetassen und sogar Macchiatogläser. Perfekt.2. Eher unordentlich in dem verzweifelten und erfolglosen Versuch, eine gerade noch zu erkennende Gleichförmigkeit herzustellen. Diese wird aber durchbrochen durch Kaffetassen, die unübersehbar hier nicht hingehören. In verschieden Größen bis hin zu Pötten mit mehr oder weniger sinnigen Aufdrucken. 3. Das Chaos. Systemlose Zusammenstellung von Mitbringseln und, was am schlimmsten ist, darunter einige sehr hässliche Exemplare der Kategorie Werbegeschenke und saisonbedingter Aufdrucke. Es grinsen einen Weihnachtsmänner und Osterhasen an. Zudem sind bei über der Hälfte der Tassen die Griffe abgebrochen und auch sonst sind die Tassen in keinem guten Zustand. Diese 3 Kategorien geben Aufschluss darüber, was du dem Kunden zumuten kannst und musst. Vor allem geben sie Aufschluss darüber, was eigentlich zu tun ist und was du locker vergessen kannst. So ist das. Das eigentliche Problem bleibt nicht nur in den Köpfen und Schubladen, man erkennt es auch sehr gut an den Tassen, die entweder nicht alle im Schrank sind, oder im Gegenteil klarer Ausdruck einer einheitlichen Unternehmenskultur sind. Ganz ehrlich. Ich hoffe immer auf Kategorie 1.Okay, ein Exemplar habe ich noch:Foto: Nicole Kengyel

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 09:47

15 Minuten

"In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes." Das sagte Andy Warhol 1968. Aber darum geht es nicht. Aber das hätten viele sicher vermutet. Ist ja auch naheliegend. Mir geht es um die 15 Minuten früher. Ich bin umgeben, geradezu umzingelt von Menschen, die keine Zeit haben. Und immer allem hinterher hasten und eigentlich immer zu spät dran sind und eigentlich immer zu spät. Egal, ob am Flughafen, beim Job, beim Meeting. Man kann ihnen in den Augen förmlich ansehen, dass ein Teil derer selbst noch nicht da ist und ein anderer schon vorauseilt. Somit bleiben einem bei solchen Menschen maximal 33 % gegenwärtig. Es ist dabei völlig nebensächlich wann man anruft. Man bekommt immer die Aussage zu hören, dass sie bei etwas schon spät dran sind. Wenn man ihnen auf der Straße zufällig begegnet, merkt man physisch, dass sie schon wieder eigentlich woanders sein müssten. Lädt man sie um 20.00 Uhr zum Essen ein, rufen sie um 20.20 Uhr an und versuchen jetzt bald da zu sein. Es kommt ihnen immer etwas dazwischen. Solchen Menschen passieren ständig Dinge, die man kaum glauben kann. Vor allem, dass ein Mensch so viel Pech hat, dass ihm so viel mehr als allen anderen in die Quere kommt. Immer gehetzt, sich immer entschuldigend, immer mit einem schlechten Gewissen ausgestattet, immer hinterher, immer getrieben, immer auf den letzten Drücker, immer...Mein ganz einfacher Tipp, als jemand, dessen Mitleid Ihr habt. Denn allein der Gedanke an solche Lebensumstände löst Panikattacken in mir aus, ganze Ströme von Schweiß und ein nicht enden wollendes Zittern, eiskalte und nasse Hände und mir jucken sofort die Füße. Deshalb, ein ganz einfacher Tipp: Macht alles einfach 15 Minuten früher. Alles. Alles, was Ihr anfangt, beginnt oder anfasst, einfach 15 Minuten früher. Ihr werdet es nicht glauben, aber mit der Taktik habt Ihr zu 100 % das Problem gelöst. Schade nur ist, dass Ihr mit dem Trick nichts anfangen könnt. Denn der echte Immerzuspätkommer kommt schnell dahinter, dass er ja 15 Minuten früher dran ist. Sofort macht sich in ihm das Gefühl breit, dass er ja noch viel Zeit hat. Und?! Genau, er kommt noch mehr zu spät. Es muss die Hölle sein. Nicht nur für Euch, sondern auch für alle, die auf Euer Timing angewiesen sind. Das ist einfach Pech.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 09:39

Montag, 14. Mai 2007

Eternity

Bis dass die Unlust euch scheidet. Das Maß der Dinge ist die Lust. Und die ist bekanntlich sehr eigenwillig und launisch. Haben wir Lust, dann erscheint uns alles klar und für immer. Verspüren wir keine Lust mehr, muss die Veränderung, der Wechsel, die Trennung für neue sorgen. Dieses zentralste aller Konsumverhalten ist längst von Produkten, Marken, Branchen und Dienstleistungen auf uns selber übergesprungen. Wird einem jemand irgendwie mal unangenehm, zu anstrengend, oder ist, aus welchem Grund auch immer, die Lust der Gegewart nicht mehr so, wie man man es sich eigentlich vorstellt, dann muss ein/e Neue/r her. Man wechselt aus. Dabei bleiben bzw. dranbleiben ist nicht mehr zeitgemäß. Der Mut zum Wandel, zum Wechsel, das Vorleben von Flexibilität ist zeitgemäß. Wer ist den heute noch 15 Jahre verheiratet? Und das zum ersten Mal? Das Konsumverhalten ist auf unser Persönlichkeitsverhalten übergesprungen. Wir inszenieren unsere Persönlichkeit, wie man Marken präsentiert. Die Hochzeit, die Taufe, alles wird zum Event, das nicht dem eigentlichen Ereignis dient, sondern Ausdruck dieser modernen Lebenseinstellung sein soll. Der Pfarrer kommt von wer weiß woher. Aber ist bekannt aus Funk und Fernsehen. Die Religion wird dem Einsatzgebiet angepasst. Somit ist nach dem Event vor dem Event. Und sogar die Scheidung ist hoffähig geworden. Auch diese kann man inszenieren. The Show must go on. Mal sehen, wohin das führt und wie es weiter geht. Man sollte eigentlich Produkte schaffen wie : Light-Hochzeit. Diese gilt vorab nur für 2 Jahre. Und verlängert sich, wenn diese nicht 2 Monate vor Ende des Quartals gekündigt wird, automatisch immer um 2 weitere Jahre. Flexi-Taufe: Heute so, morgen so. Man kann dann die Religion einfach wechseln wie man will. Online natürlich. Mir würde da noch einiges einfallen.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 09:10

Appentenzverhalten

Das sogenannte Übersprungverhalten gibt zum Ausdruck, dass auch unser Handeln nicht zweck- und/oder sinngebunden sein muss, sondern einem ganz anderen Zweck bzw. Sinn folgen kann. Dem man aus dem offensichtlichen Handeln nicht erkennen kann. Wenn zwei Hähne sich begegnen und sich eine Kampfhandlung anbahnt, dann picken die Hähne plötzlich nach Körnern auf dem Boden, die es nicht gibt. Diese Verhalten nennt man Übersprung- bzw. Appetenzverhalten. Warum erzähle ich das? Weil es dieselbe Erscheinung auch bei Menschen gibt.Somit handeln wir ständig im Bewusstsein und bewerten und beurteilen auch das Handeln anderer fälschlicherweise im Bewusstsein, dass die erkennbare Handlung in unmittelbarem Zusammenhang mit dem eigentlichen Ziel stehen muss. Dem ist nicht so. Bei weitem nicht. Das wohl bekannteste Appentenzverhalten ist das Konsumverhalten. Ein inneres Bedürfnis, ein Verlangen lässt uns konsumieren. Obwohl dieses Konsumieren nicht dem eigentlichen Bedürfnis z.B. nach Anerkennung wirklich dienlich ist. Menschen, die über kurz oder lang in eine Sucht verfallen, haben vor allem dieses Übersprungverhalten völlig unterschätzt. Die ständige Wiederholung dieses Übersprungverhaltens hat die Sucht überhaupt erst ermöglicht. Somit muss der Mensch lernen, die richtigen Schlüsse aus seinem Handeln abzuleiten. Wer das kann oder versteht, kann sich das im Wirkungskreis des Marketings z.B. stark zu eigen machen. Denn auf das Übersprungverhalten kann man sich immer beim Menschen verlassen. Man muss nur wissen, was eigentlich der Auslöser ist. Da gibt es total verrückte Zusammenhänge. Damit sich der Mensch frei fühlt und unabhängig, steckte er sich Tabak in Papier eingerollt zwischen die Zähne, zündet das ganze an und inhaliert das, was verbrennt. Und das Verrückte daran ist, es funktioniert. Jedes mal. Bei jeder Zigarette ist dieser kleine Moment, den man mit sich selbst hat, als ob man da draußen steht und die Freiheit förmlich in sich aufsaugt.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 09:10

Freitag, 11. Mai 2007

Ein note Grillfest

Das war der Kühlschrank davor. Gestern haben wir die note Grillsaison eröffnet. Wurde auch höchste Zeit. Im note Outback Bernried, haben wir es uns richtig gut gehen lassen. Wetter war absoluter ein Traum. Und mehr Glück als Verstand, hat genau zwischen zwei Regentagen gepasst. Getränke alle kühl. Fleisch, Salate und alles andere in Hülle und Fülle. Gründe zum Feiern gab es auch reichlich. War einfach schön. Und das wird sicher nicht die letzte Wurst gewesen sein diese Jahr, die Torsten da gewendet hat. Und nicht der letzte Weißwein den ich entkorkt habe.

Foto: Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 10:17

Zeitverschwendung

Zeit ist Geld. Zeit ist kostbar. Zeit ist alles mögliche. Aber vor allem ist unsere Zeit begrenzt. Somit definiert sich die Lebens- und Arbeitsqualität darin, was wir individuell in unserer Zeit gemacht haben, oder eben nicht. Die Entwicklung, vor allem die technische, müsste eigentlich die Zeit für uns selbst vergrößern. Denn wir können alles, immer schneller, immer mehr. Aber genau das Gegenteil ist der Fall: Anstatt uns Zeit zu schaffen, drängen und quetschen wir immer mehr hinein. In dieselbe Zeit. Wie blöd. Anstatt die Technik für uns arbeiten zu lassen, heulen wir darüber, dass die Technik uns Arbeitsplätze wegnimmt.Das Verschwenden und Vergeuden von Zeit nimmt immer mehr zu. Was Stress auslöst. Großen Stress. Denn die Ansprüche bezüglich dem, was wir innerhalb einer definierten Zeit so alles schaffen sollen, steigen. Was wir alles lesen sollen. Sehen sollen. Hören sollen. Was wir alles bedienen sollen. Was wir alles machen sollen. Wir komprimieren immer mehr Leistung in eine definierte Zeit, die immer gleich ist. Und erhöhen dadurch unaufhaltsam die Belastung.Das ist wirklich total bescheuert. Anstatt dass wir Technologien entwickeln, die uns Zeiträume verschaffen, schaffen wir nur Technolgien, die uns weitere Zeiträume nehmen. Somit haben nicht wir die Technik im Griff, sondern die Technik hat uns fest im Würgegriff. Was wäre schlimm daran, wenn wir die effektivste Wirtschaft der Welt hätten, bei der nur ganz wenige arbeiten müssten, aber der Profit sehr hoch wäre? Somit könnten wir uns das leisten und diese Menschen könnten sich allen möglichen schönen Dingen zuwenden. Geistigen und körperlichen. Sozialen und kulturellen. Was wäre das für ein tolles Land, wenn wir es schaffen würden, dem wichtigsten Gut, der Lebenszeit, den größten Raum zukommen zu lassen. Aber genau das Gegenteil ist der Fall.Aus der frei werdenden Zeit würden neue Branchen, Industrien und Produkte entstehen. Die sich ausschließlich um die Bewahrung, Schaffung und Erhöhung von Arbeits- und Lebensqualität kümmern würden. Warum wollen sich alle kaputt arbeiten, oder müssen sich in der Arbeitslosigkeit quälen? Wenn wir zum Mond fliegen können, warum können wir uns das Leben nicht leichter machen? Warum nutzen wir die leblose und gefühlslose Technik nicht für unsere Zwecke? Die Menschen kümmern sich mehr um die Technik, die sie umgibt, als um sich selbst. Bzw. müssen sich immer mehr darum kümmern. Warum machen wir nicht die Maschine und die Technik zu den Sklaven für unsere Lebensqualität? Diese brauchen keine Gewerkschaften, keine Wochenarbeitszeiten, keine humanitären Bedingungen. Maschinen und Technik empfinden keinen Schmerz. Haben keine Angst. Sie haben nichts Menschliches. Wir können, dürfen und sollen mit ihnen machen, was wir wollen. Hauptsache, es dient der Arbeits- und Lebensqualität. Aber irgendetwas hindert uns daran. Es scheint fast so, als ob wir das Glück vor der Nase nicht fassen können.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:10

Jede Zeit

Jede Zeit definiert ihre Inhalte selbst. So wie jede Zeit ihre eigene Musik hat. Eigene Kunst. Jede Zeit ihre Kindersendungen hat, die man nie vergisst. Jede Zeit hat ihre eigenen Computerspiele. Jede Zeit hat ihre eigenen Moden. Jede Zeit hat ihre eigenen Ziele. Jede Zeit hat ihre eigenen Wege. Jede Zeit hat ihre eigenen Probleme. Jede Zeit hat ihre eigenen Lösungen. Jede Zeit hat ihre eigenen Auseinandersetzungen. Jede Zeit hat ihre eigenen Dramen, Tragödien und Lustspiele. Jede Zeit hat ihre eigenen Formate. Ihr eigenes Tempo. Jede Zeit hat Farben, Formen und Inhalte. Jede Zeit hat ihre Getränke. Jede Zeit hat ihr eigenes Essen. Jede Zeit hat ihre eigenen Gefühle. Ihre eigenen Wünsche und Träume. Nichts übelebt die Zeit. Alles und alle definieren sich fortwährend neu. Nicht, weil sie wollen, sondern weil sie müssen. Nicht, weil sie sollen, sondern weil sie nicht anders können.Wenn jemand von Düsseldorf aus

eine Reise in den Norden tut. Und einer in den Westen. Und einer in den Osten. Und einer in den Süden. Dann haben zwar alle eine Reise getan, aber völlig unterschiedliche Erlebnisse, Eindrücke, Erfahrungen und Erkentnisse gesammelt. Allein das verdeutlicht, wie alleine wir mit uns in einer Zeit sind. Wir haben Milliarden hoch Milliarden unterschiedliche bewusste und unbewusste Wahrnehmungen, die alle auf einer fast leeren Festplatte zwischen unseren Ohren abgelegt werden. Und glauben trotzdem immer vom Gleichen, wenn nicht sogar vom Selben auszugehen. Wir erzählen von unseren Reisen wie diese 4 in dem aufgeführten Beispiel. Und jeder denkt sicher, dass der andere folgen kann. Das ist unmöglich. Und zu diesen unterschiedlichen Himmelrichtungen gesellen sich noch unzählige andere Unterschiede hinzu. Das macht die Übereinstimmung so schwer. Wir sind alle anders. Nicht ein wenig, sondern völlig. Die große Unterschiedlichkeit zwischen allem und allen ist niemandem wirklich bewusst. Wie auch, man kann ja nur von dem ausgehen, was man selbst weiß. Und genau das ist es, was uns am Weiterkommen, Vorankommen und darüber hinaus zu denken und zu handeln hindert. Wir können nicht anderes, als die Welt nur soweit zu begreifen, wie wir sie sehen und verstehen. Und das ist für jeden Einzelnen gesehen so gut wie nichts. Es ist sehr wenig. Wenn wir anderen Glauben schenken könnten ohne Neid und Missgunst, ohne den Verdacht der Täuschung und Enttäuschung, dann wäre vieles anders. Der Wille des Menschen zu so einer Art von Glauben, der über das eigene Wissen hinaus geht, ist da. Aber leider gerät er immer in die falschen Hände. Leider haben das sehr schlaue Köpfe durchschaut und bereichern sich, seit es Menschen gibt, an diesem guten Glauben. Mensch, was für ein Pech aber auch. Jede Zeit hat eben auch ihre Plagen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03

Donnerstag, 10. Mai 2007

Über quetschen, schütteln, rütteln, ausdrücken und auskratzen

Ich hasse es. Wenn die Marmelade zum Frühstück im Glas gerade noch den Boden bedeckt. So, dass man nur noch mit viel Mühe und ausgefeilter Technik den Rest Erdbeere herauskratzen kann. Die Zahnpastatube, die schon hunderte Mal gewürgt wurde und immer noch nicht am Ende ist. Und so weiter und so weiter. Diese ganze Resteverwertung kann ich überhaupt nicht leiden. Wenn es nach mir ginge, aber das tut es nun mal nicht, dann würde dieses ganze Würgen, Quetschen und Kratzen wesentlich früher aufhören. Aber es gibt immer Menschen im Leben eines Menschen, die so ein Verhalten unmöglich finden. Und einem vorrechnen und vormachen, was es bedeutet, wenn man immer die Hälfte wegwirft. Die Hälfte? Ich rede von den letzten 2 %, die in der Regel entweder ungenießbar sind, oder dadurch ungenießbar werden, dass man nur mit so viel Mühe dran kommt. In der Dusche quetsche und schüttele ich seit geraumer Zeit ein Haarwaschmittel. Das kommt mir schon so lange vor, dass ich anfange zu glauben, der andere Mensch in meinem Leben füllt jeden Abend 0,05 ml nach. Damit ich jeden Morgen diese Prozedur wiederholen muss. Und so geht es weiter, wohin ich schaue, greife und gehe, alles ist immer kurz vor Schluss. Es fällt mir so sehr auf, dass ich kaum noch Erinnerungen daran habe, wie es ist, mein Messer in ein volles Glas Marmelade gleiten zu lassen. Oder unter der Dusche den Druck auf das Haarwaschmittel so zu dosieren, dass nicht zu viel heraus kommt. Kann es sein, dass ich der Idiot bin, der alle Reste vertilgen muss und alle um mich herum aus dem Vollen schöpfen? Kann das sein? Kann das? Das gibt es doch gar nicht, dass alles immer am Ende ist. Da wieder das Klopapier! Und da die Butter! Und da der Wassertank von der Kaffeemaschine ist auch wieder leer! Und da mein Handy-Akku - auch fast leer! Das hört gar nicht auf. Da stimmt doch was nicht. Da kann doch was nicht stimmen. Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:45

With a little help from a friend

Wenn es Ihnen hier gefallen hat, oder immer wieder gefällt, bitte empfehlen Sie uns weiter. Wir würden uns über (fast) nichts mehr freuen, als über eine wachsende Ansammlung von Gleichgesinnten. Also, wenn Sie etwas für diesen Blog tun wollen, dann erzählen Sie anderen, was Sie hier erlebt haben. Danke!

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:42

Mittwoch, 9. Mai 2007

note setzt ein weiteres Zeichen: Ein wenig Wind machen?

Wie ich vor einiger Zeit berichtet, haben wir eine eigene Fahne gehisst. In unserer Bernrieder Zweigstelle. An der letzten Werbeagentur vor den Alpen. Aber am Tag 1 dieses Ereignisses ging nicht mal ein laues Lüftchen. Deshalb blieb ich euch ein wenig mehr Wind schuldig. Heute Morgen war es soweit. Vor lauter Aufregung meinerseits, ist das Bild ein wenig verwackelt. Somit fehlt uns jetzt nur noch Fahne im Sturm und Fahne auf Halbmast. Obwohl auf die letzter Variante könnt ihr sicherlich und hoffentlich lange warten.

Foto: Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:23

Viel tiefer legen, statt immer höher hinaus

Das mit dem Anspruch und dem Geschmack und diesen ganzen weichen Faktoren ist schon eine Krux. Die meisten entscheiden sich lieber, knapp darunter zu bleiben. Denn immer über den eigenen Erfahrungsschatz zu steigen strengt auf Dauer doch zu sehr an. Der Mensch ist von Haus aus doch eher faul. Somit sind die Angebote, die ihm am liebsten sind, diejenigen, die ihm mundgerecht kostenlos in den Mund flattern. Wem kann man das verdenken? Das heißt, dass die Kultur, die Intelligenz von Kommunikation, so sein muss, dass sich sogar der Dümmste dabei noch unterfordert fühlt. Bloß keine Kommunikation, die so etwas macht wie kommunizieren, also einen Dialog beginnt. Da erntet man doch nur ein:"Äh?" Angemessene Kommunikation besteht nur aus der Hälfte, also einem Monolog: Kauf jetzt! Es darf nichts, aber auch nichts zu verstehen, geschweige denn zu überlegen geben. Die Menschen müssen so viel kapieren, da können die sich unmöglich noch mit Werbung auseinandersetzen. Das ist so eine Art geistiger Limbotanz, bei dem die Latte nicht immer tiefer gelegt wird, sondern man diese einfach auf 4 Meter Höhe legt. So dass jeder locker geistig unten durch kommt. Der Werber neigt dazu, alles komplizierter zu machen. Ständig muss der Betrachter was erkennen, zusammenbekommen, verstehen oder, noch schlimmer, wiedererkennen. Dabei soll Werbung doch nur eins: verkaufen. Und zwar viel und davon ständig mehr. Marke, Marke? Wer kann das ganze Gerde über Marke denn wirklich noch aushalten? Niemand. Wenn man einen Euro übrig hätte, den würde doch jeder in das Verkaufen stecken, nicht noch in die Marke. Oder noch besser gleich in die eigene Tasche. Werbung soll doch verkaufen, warum denn um Gottes Willen dieses ganze Schöngeistige und Weltverbessernde? Ich sage Euch, nichts kann tiefer genug liegen als die Werbung. Schaut euch doch mal um. Erfolgreich sind alle, die billiger sind: Ikea, Aldi, Mediamarkt, H&M, Lidel, Medion... Und kommt mir jetzt nicht mit den paar Ausnahmen. Werbung muss verkaufen, sonst nichts. Was nützt mir das, wenn mich jeder kennt und auch noch toll findet, aber mich keiner kauft? Da kennt mich lieber kein Schwein und die wenigen finden mich auch noch total blöde, aber ich verkaufe wie geschnitten Brot. Also, tiefer das Niveau, es geht noch viel, viel tiefer.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:45

Die Jugend von heute

Na gut, ich gebe es ja zu. Ich habe am Sonntag aus Versehen Sabine Christiansen gesehen. Déjà-vu sage ich nur. Seit ich mich erinnern kann, schwemmt es in aller Regelmäßigkeit das Thema Jugend an die Stammtische. Die Vorwürfe sind eigentlich immer dieselben. Kann man solch verantwortungslosen Menschen unser aller Zukunft in die Hände legen? Und da sitzen sie dann, die Vertreter der Moral und der Kirche und der Politik und all die anderen Vertreter irgendeiner Position. Und dann schlägt das Pendel über die Köpfe der Jugend hinweg, von ganz links nach ganz rechts. Und in der Mitte sitzt immer so ein armer Jugendvertreter, der selbst so etwas wie Jugend widerspiegeln soll. Der wiegelt dann ab. Spielt runter. Klagt ein wenig hier an und ein wenig da an. Und die Jugend, der geht, wie seit über 40 Jahren beobachtet, das Gequatsche mit Fug und Recht am Arsch vorbei. Die macht sich lieber noch ein Bier auf. Oder ein Alkopop, oder wie man das Zeug heute nennt. Mit Recht. Denn die Eltern unserer Jugendlichen haben viel Schlimmeres eingeworfen und gezogen und geraucht. Und deren Eltern waren auch nicht ohne. Warum gibt es eigentlich nicht in denselben Abständen mal Sondersendungen über die Alten, was die so Unglaubliches anstellen. Was die so Dreck am Stecken haben. Eigentlich tut mir die Jugend immer gleich Leid und sie ist immer gleich selber Schuld. Denn sie kann es einfach nicht lassen zu provozieren. Zum Glück, sage ich da nur. Da ist mir doch so ein besoffener Jugendlicher lieber, als wenn ein Herr Öttinger bei vollem Bewusstsein eine solche Scheiße redet, dass ich mir

wünsche, der hätte lieber mal was getrunken. Dann hätte man ihn wenigstens nicht verstanden. Ich weiß gar nicht, was die Erwachsenen wollen. Als George W. Bush noch gesoffen hat, war die Welt doch noch in Ordnung. Schlimm wurde es erst, seit dem er trocken ist. Das sagt keiner.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:40

Dienstag, 8. Mai 2007

Reich

Für wenn ist reich sein nicht gleich verbunden mit jeder Menge Geld? Als die Hunt Brüder zu viel vom Silbermarkt ihr Eigen nennen konnten, schaltete sich das Kartell ein. So wurden sie vor Gericht gezerrt. Der Anwalt der Kläger fragte: Wie viel Geld haben Sie auf dem Konto? Einer der Hunt Brüder antwortete: Keine Ahnung. Der Anwalt fragte nach: Sind sie reich? Einer der Hunt Brüder antwortet: Da wir unseren Kontostand nicht kennen, wird es wohl so sein. So oder so ähnlich war der Wortwechsel. Auf die Frage nach Reichtum gibt es für uns nur eine Antwort. Die Antwort nach dem Geld. Dabei gibt es im weiten Feld der Reichtümer viele, die nichts mit Geld zu tun haben. Aber die zählen nicht. Auch wenn man jede Menge davon hat. Wer zum Beispiel reich an Glück ist, oder das von sich behauptet, der wird eher schräg als leichtgläubig angesehen. Was ist schon ein Glück gegen eine Million? Somit fehlt im Sinne der Balance Strategie die emotionale Komponente vollkommen. Man lässt diese einfach weg. Keiner will von jemand anderem wirklich hören, wie reich er an Erfahrungen, Erkenntnissen, Entdeckungen, Liebe, Glück und allem anderen ist. Und wie er sich darum bemüht, diesen Reichtum auch wertzuschätzen. Damit muss man mal anfangen. Erst für sich und dann für andere. Dem materiellen Reichtum den emotionalen an die Seite stellen. Und bitte dabei darauf achten, dass man nicht immer nur dann anfängt, vom emotionalen Reichtum zu erzählen, weil einem der materielle fehlt. Das gilt nicht. Das ist nur dagegenhalten. Das ist nur Neid und Missgunst. Im Sinne des Balance Marketing also völlig falsch. Nein, es geht darum, ein emotionales Bankkonto zu eröffenen. Eventuell in Form eines Reichtum-Buches. In dieses wird alles geklebt, geschrieben und gemalt, was man persönlich als großen Reichtum jenseites der materiellen Welt empfindet. Warum das ganze? Ganz einfach! Man wird erkennen und sehen lernen, was die Leute wirklich anzieht, begeistert, überzeugt und für einen gewinnt. Das ist ein wesentlicher Bestandteil von guter Werbung, gutem Marketing und guter Kommunikation in der Zukunft. Wenn die Menschen die rationalen Werte nicht mehr so in den Vordergrund stellen und nach und nach durch emotionale anreichern wollen, dann sollte man wissen, was damit gemeint ist und was das genau ist.Also, welche nicht materiellen Reichtümer vermitteln sie, ihr Produkt, ihre Marke oder ihre Dienstleistung?Anmerkung:Bei dem Wort "reich" muss ich immer an eine Otto Walkes Platte aus meiner Kindheit denken. Da gab es eine Passage, da erzählt Otto von dem reichsten Menschen der Welt, dessen Rasierpinsel ins Klo gefallen war. Und von da ab glaubte er, der unglücklichste Mensch auf der Welt zu sein. Dieser absurde Gedanke ist mir bis heute im Kopf geblieben. Denn schon als Kind dachte ich mir, das ist doch komisch, dass reiche Menschen offensichtlich wegen Lapalien schneller unglücklich sind. Will man dann wirklich so reich sein?Anmerkung 2:Vielleicht kommt das Reich ja von - Jetzt reichts aber wirklich.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 10:22

Montag, 7. Mai 2007

In der Kürze liegt der Lacher

Habe ich Heute auf der Seite der Süddeutschen entdeckt. Denn eigentlich mag ich keine Witze, aber wenn sie so kurz sind, dann kann ich sie ganz gut ertragen und ein Paar sind echt zum lachen. Hätte ich nicht gedacht. Der zum Beispiel:

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 19:26

Erratomanie

In einer Tageszeitung entdeckte ich ein interessantes Krankheitsbild aus der Psychologie: Erratomanie - es bezeichnet den krankhaften Zwang, alles falsch zu machen. Eine mir bis dato unbekannte Zwangserkrankung. Mit deren Entdeckung mir nun aber vieles klar wird. Als ich das Thema vertiefen wollte, half alles googeln nichts, ich habe nichts dergleichen gefunden. Somit bleibt die Frage offen, bin ich einer Ente aufgesessen, und das zu Ostern? Hat mir da einer einen Bären aufgebunden, und das genau zu dem Zeitpunkt, wo sich alles um Hasen dreht? Man weiß es nicht. Denn kann man dem geschrieben Wort, auch einer Tageszeitung, noch Glauben schenken, und das am Tag der Auferstehung? Nehmen wir mal an, es gibt die Krankheit Erratomanie. Dann würde ich mal behaupten, dass man sofort 150.000 Psycholgogen mit der Bekämpfung beauftragen müsste. Wenn jeder sich um 10 Patienten kümmern könnte und die Therapie in einem Zeitraum von 3 Jahren Früchte tragen würde, dann wäre das Problem aller Probleme so in 9 Jahren gelöst. Das wären so ca. 4,5 Millionen Geheilte. Was dem Standort Deutschland einen Wettbewerbsvorteil von unermesslichem Ausmaß zuteil werden ließe. Und man müsste sofort Tabletten herstellen. Und natürlich auch das ganze in Saftform, zum Inhalieren und für ganz schwierige Fälle zum Spritzen. Erratoforte oder Erratoangin oder so ähnlich. Darin enthalten sind sämtliche Wirkstoffe, die den fehlerbehafteten Stoffwechsel im Gehirn beseitigen. Es müsste auch für Sofortentscheidungen oder Entscheidungen von besonderer Tragweite sogenannte Turbo- oder Speed-Präparate geben, die einen vor schlimmen Fehler bewahren. Da tut sich vor mir ein riesiger Markt auf. Ein unermesslicher Markt. Ein Milliardenmarkt. Man könnte die Wirkstoffe den Nahrungsmitteln zufügen. So gibt es Erratoburger oder Erratobier. Wahnsinn. Sollte es dieses Krankheitsbild und den dazugehörigen Namen fälschlicherweise nicht geben, dann kann man die ganzen Ausführungen über den Haufen werfen. Obwohl, vielleicht sollte man mal jemandem nachgehen, der keine Ahnung davon hat, betroffen zu sein. Einige Probanden würden mir da auf Anhieb einfallen: Alle vom BVB und vom HSV, die gesamte Riege von der FDP und ein Großteil aus der SPD. Bei den Gewerkschaften und Vorständen fallen mir auch viele sofort ein, die man mal in einer Studie in Sachen Erratomanie ganz genau beobachten sollte. Zwanghaft Fehler machen müssen. Mensch, dass da noch keiner früher drauf gekommen ist. Die Armen sind alle psychisch krank. Nicht zurechnungsfähig. Die können nichts dafür. Das sind Opfer, nicht Täter. Opfer einer heimtückischen Krankheit. Denen muss geholfen werden, schon in unserem Interesse. Oder sagen wir mal so, nur in unserem Interesse.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:06

Es liegt was in der Luft

Und das ist kein Kaffeegeruch. Sondern etwas, was wir nicht sehen und nicht riechen. Aber es ist da. Es sind alle Arten von elektromagnetischen Wellen. Die uns mannigfach umgeben und durchdringen. Somit kann man zwei Positionen beziehen: die der absoluten Unbedenklichkeit und die des absoluten Risikofaktors. Nichts ist einfacher, als eine der beiden Positionen einzunehmen. Ein Dogma ist in diesem Fall nicht besser als das andere. Denn man weiß überhaupt nicht, woran man ist. Der Nutzen dieser Wellen überlagert die Risikoannahme. Ebenso wie der Genuss beim Rauchen. Eigentlich wussten alle, dass rauchen ungesund sein muss. Aber so recht glauben wollte das niemand. Somit ist es von wesentlichem Vorteil für die Nutznießer, wenn einem theoretischen Schaden, egal welchen Ausmaßes, ein größerer Nutzen vorweg eilt. Wir sind so lange nicht einsichtig, bis wir es nicht mehr sein müssen. Weil die Gesetzeslage es für uns regelt, oder wir einfach nicht mehr von dieser Welt sind. Ich habe keine Ahnung, welche Gefahr von diesen Wellen ausgeht. Alle Nachrichten und Informationen kann ich nicht für voll nehmen, weil immer dogmatische Interessen dahinter stehen. Ganze Gemeinden stemmen sich gegen Funkmasten. Und auf der anderen Seite gibt es da Gemeinden, die neben Kindergärten diese genehmigen. Beide Seiten gehen in der Argumentation bis zum Letzten.

Vom Nichts bis zum Tode. Von Tumoren ist die Rede. Von heißer Luft auf der anderen Seite. Keine Studie hat je den Nachweis geliefert, dass eine Gefahr von diesen Wellen ausgeht. Keine Darstellung und/oder Erklärung beruhigt mich mehr als sie mich beunruhigt. Denn zwischen diese beiden Extremen könnte es eine Gewissheit geben. Eine Wahrheit. Und allein diese würde unsere Welt auf den Kopf stellen. Wie war es denn mit der Fleischtheke vor 30 Jahren? Oder mit den Zutaten, kurz Konservierungsstoffe genannt? Mit dem Asbest? Mit all den vielen, unbedenklichen Dingen? Man wird misstrauisch. Vor allem dann, wenn man alles von vornherein ausschließt. Aber es kann genauso viel wie nichts dran sein. Hoffen tun wir alle auf nichts. Aber insgeheim befürchten wir das Gegenteil. So ist der Mensch: Keine Einsicht, kein Wandel, keine Veränderung von sich aus, solange der endgültige Beweis nicht erbracht ist. Und auch der lässt viele weiter rauchen. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:05

Freitag, 4. Mai 2007

Traum Luxusaltbauwohnung mit Charme

Verarsche deine Kunden nicht.Und überlege dir genau, was dir wichtiger ist: Quantität oder Qualität oder einen Tritt in den Hintern? Denn wenn du zum Beispiel eine Wohnung vermieten willst, dann brauchst du am Ende nur den einen richtigen Kunden. Und den bekommt man am besten, wenn man mit offenen Karten spielt. Mit guten Karten oder mit nicht so guten. Aber es bringt überhaupt nichts, mit falschen Vorgaben Kunden anzulocken, die dann mehr als enttäuscht und sauer sind. Halte deine Kunden nicht für blöde.Auch wenn man Wissen nicht voraussetzen soll, so heißt das noch lange nicht, dass du deine Kunden für dumm verkaufen kannst. Auch hier überlege dir genau, was du willst: Einen Kunden gewinnen oder einen Kunden vergraulen oder von einem Kunden eins auf die Fesse? Wenn der Kunde etwas nicht versteht, dann ist der nicht blöde, sondern du hast den Sachverhalt blöde erklärt. Somit zweifle nicht an der fehlenden Intelligenz deiner Kunden, sondern du tust gut daran, an deiner eigenen zu arbeiten.Belehre deine Kunden nicht ständig.Das sind alles erwachsene Menschen, also halte dich mit arroganten, herabwürdigenden Belehrungen zurück. Sondern formuliere besser gleich so, dass man dich auch ohne das gut gemeinte Gequatsche versteht. Lass deinen Kunden gut aussehen. Ziehe keine Grenze.Zwischen dir und deinem Kunden darf keine Grenze stehen. Miteinander, mitnehmen, mitdenken, mitmachen... das "mit" entscheidet. Wer seinen Kunden mitnimmt, der nimmt auch den Job, das Budget oder das Geschäft mit. Jeder Kunde will einen Nutzen aus einer Geschäftsbeziehung ziehen. Eine Grenze verbaut ihm die Sicht auf den möglichen Nutzen. Weil man da steht, wie auf der anderen Seite. Dabei müssen beide auf derselben stehen. Quatsche nicht ellenlang über deine Erfahrungen.Sondern zeige die Lösung auf. Nichts ist ermüdender, als sich anhören zu müssen, was alles bisher geschah. Das ist wie Bodybuilding, was nützen einem 1000 Volt im Arm, wenn im Hirn kein Licht angeht?Lüge nicht so dreist.Behaupte nicht, dass nichts ein Problem ist und du alles kannst. Mit jeder dieser Behauptungen mehr wirst du unglaubwürdiger. Sag einfach, was du kannst, alles andere kann man organisieren, kompensieren oder deligieren. Du musst nur deinen Teil wirklich können. Sieh dich als Teil eines Orchesters und nicht als das ganze. Das nimmt dir keiner ab.Spiele keine Rolle.Sei du selbst. Denn eine Rolle spielen kann man nicht lange, schon gar nicht ewig. Somit lebst du gesünder und besser, wenn du du selbst bist. Das ist schon okay und egal, was du willst, es reicht aus. Wer sich verstellt, bei dem stimmt was nicht und somit auch nicht bei dem, was er einem verkaufen will. Authentizität macht alles leichter.Verkaufe keine Scheiße.Verkaufe nichts, wovon du ausgehst, dass es dir um die Ohren fliegt. Denn der nächste Verkauf könnte immer dein letzter sein. Und lohnt es sich, dafür seinen Ruf völlig zu demolieren? Schau dir genau an, für was du deine Lebenszeit opferst. Denn die Uhr tickt weiter, egal, für welchen Blödsinn du diese verschwendest. Also, es kommen keine gute Zeiten zurück, weil du schlechte billigend in Kauf genommen hast.Halte deine Fresse.Wenn Du nichts zu sagen hast, oder keine Ahnung, dann bitte, bitte, halt einfach den Mund. Deine Kunden werden dich dafür lieben.Und das letzte: stinke nicht.Nicht aus dem Mund. Nicht unter den Armen. Und nicht sonst wo. Nichts ist schlimmer, als das einem die Gegenwart eines anderen Menschen unangenehm bis hin zu unerträglich ist, weil er seine Körpergerüche nicht im Griff hat. Peinlich. Und einen habe ich noch. Deine Interessen sind nicht automatisch die deines Gegenübers. Deshalb vergewissere dich, wenn du schon anfängst auszuschweifen, dass der andere ein echtes Interesse an diesem Thema hat und nicht, was echt schlimm ist, nur aus Höflichkeit deinen Ausführung völlig genervt folgt. Und noch eins. Erfolg macht nicht gleich toll. Und Missererfolg nicht gleich einen Loser. Sondern das, was du ausstrahlst und von dir gibst, macht dich zu dem, was du bist. Ein Arsch oder ein guter Typ. Du hast die Wahl. Immer.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:05

Coffee to stay

In Neudeutsch heißt es eigentlich Coffee to go. Das ist Kaffee in Pappbechern, den man mitnehmen kann. Ist ein riesen Ding und ein riesen Markt. Wer was auf sich hält, der trägt mindestens einmal am Tag so einen San Francisco Coffeeshop Pappbecher vor sich her. Da werden ganz erlesende Kaffees zubereitet und dann in Pappbecher abgefüllt, die man immer lauwarm trinkt. Das erste Mal ist mir so ein Kaffeebecher auf der Straße in der Serive "Die Straßen von San Francisco" begegnet. Die Jüngeren unter euch können sich leider nicht mehr erinnern. Karl Malden und Michael Douglas spielten da die Hauptrollen in den 70ern. Seitdem kenne ich keinen amerikanischen Krimi, in dem nicht einer mit so einer Tasse im Freien steht und schlechten, lauwarmen Kaffee zu sich nimmt. Oder zumindest so tut. Warum gibt es eigentlich nicht Bier to go? So in Dosen abgefüllt. Lauwarm, und man kann die Dose oben öffnen. Wär mal eine deutsche Idee. Warum machen wir den Amerikanern Dinge nach, die in der Sache völlig hirnrissig sind? Kaffeeläden? In Italien gibt es davon seit 2.000 Jahren ca. 34.000.000 Stück. Aber nun gut. Man gewöhnt sich an alles und gewöhnt sich alles auch wieder ab. Das ist das Gute. Denn Kaffee trinken soll eigentlich eine Pause bedeuten. Innehalten.

Zusammenkommen. Also, warum dann to go? Wer will schon gehen beim Kaffee trinken? Aber so sind sie nun mal, die Amerikaner. Haben wieder nur die Hälfte mitbekommen, wollen aber den ganzen Weltmarkt. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:02

Donnerstag, 3. Mai 2007

Auf der Suche nach den Antworten

Je mehr sich der Mensch von den eigentlichen Fragen seiner Zeit entfernt, um so mehr sucht er auch an den falschen Stellen nach den richtigen Antworten. Da hilft einem nur das Glück. So scheint es offensichtlich, dass der psychische Druck, der auf vielen lastet, nicht mehr so kompensiert, abgeleitet und verarbeitet werden kann. Was zu Schäden führt. Die oft nicht so glimpflich ausgehen, wie man hofft. Die Warnsignale sind eigentlich nicht zu übersehen. Trotzdem denken viele, es wird schon nicht so schlimm sein. Bewegung soll Abhilfe schaffen und verarbeiten helfen. Tut dies aber nur zu einem Teil. Denn Bewegung kann in erster Linie nur vor Schäden schützen, die aus fehlender Bewegung resultieren. Somit ersetzt die körperliche Bewegung nicht die nötige Bewegung im Kopf. Und was liegt da näher, als sich spirituell seinen negativen Gedanken zu nähern. Das Fernöstliche kommt da gerade recht. Obwohl alles, was aus der Richtung kommt, nie unter solchen Stressszenarien entstanden oder erprobt wurde. Diese Geschwindigkeit unseres Seins ist auch in der fernöstlichen Welt in dem Ausmaß unbekannt. Trotzdem suchen wir hier nach Antworten. Und glauben, diese auch zu finden. Dabei scheint es eigentlich egal, mit welchen Mitteln wir zur Ruhe kommen, entschleunigen oder abschalten. Es geht um die Tatsache, dass wir es überhaupt in unseren Tag einplanen und umsetzen. Oft leben wir in der stillen Hoffnung, dass man die Antworten da draußen findet. Deshalb suchen wir ja auch an allen Ecken und Enden. Dabei muss jedem klar sein, dass die Antworten nur in uns selbst zu finden sind. Warum fällt uns die Reise in fremde Kulturen so viel leichter, als eine Reise ins uns selbst? Weil die kritische Auseinandersetzung wegfällt. Der Stess da draußen tut mir das an, also ist etwas da draußen schuld. Somit müssen auch die Antworten auf alle meine Fragen da draußen liegen. Falsch. Ganz falsch. Den Stress da draußen gibt es nicht. Sondern es gibt ihn nur in uns. Wir haben jeden Stressfaktor selbst zugelassen. Wir haben uns überschätzt, in dem, was wir glauben, aushalten zu können. Die Auswirkungen dessen sind nicht zu übersehen und nicht zu überhören. Somit ist gegen den Paradigmenwechsel, sich in anderen Kulturen zu bewegen, natürlich nichts auszusetzen. Sondern ganz im Gegenteil. Aber zu glauben, dass da die Antworten zu finden sind auf die Fragen, die in unserem Schädel pochen, ist mehr als unwahrscheinlich. Im übertragenen Sinne kann man dieses Phänomen auch auf die Wirtschaft anwenden. Anstatt das Problem am Produkt zu suchen, wird überall anders gesucht, geforscht und getan. Anstatt da anzufangen, wo man ehesten die Lösung findet. Aber so sind wir nun mal, wer will schon schuld sein? Dann lieber so lange die Schuldfrage an andere und anderes richten, bis diese sich nicht mehr stellt.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:30

Mittwoch, 2. Mai 2007

Aufmerksamkeit auf Messers Schneide

Als Sinnesliebhaber entdeckt man mehr als andere, die versuchen, eher weniger um sich herum wahrzunehmen. Das ist eine Frage der Persönlichkeit, nicht der eigentlichen Fähigkeit und Bereitschaft. So fiel mir dieses Objekt an einer Stelle auf, an der sicher schon 1.000 Menschen vor mir vorübergeschritten sind. Achtlos oder fantasielos. Denn für mich liegt da die Klinge eines Schwertes ca. 50 cm unter der Wasseroberfläche. Der Griff hat sich im Laufe der Jahre aufgelöst. Es wäre ein Leichtes gewesen, den Schatz zu bergen, aber ich habe ihn so erst mal für mich behalten und werde in den nächsten Wochen noch mal an denselben Ort gehen, um zu sehen, ob er noch da liegt. Dann werde ich ihn rausholen. Denn ich wundere mich, dass niemand auch nur den leisesten Verdacht hat, dass dies etwas aus einer vergangen Zeit sein könnte. Das wollte ich mal auf die Probe stellen. Somit werde ich zu des Messers Schneide in Sachen Aufmerksamkeit noch einmal auf euch zu kommen. Mit leeren, oder mit vollen Händen.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:24

Kundenbeziehung

Die Qulität einer Kundenbeziehung gibt Aufschluss darüber, wie weit und wie gut die Dinge laufen können. Nicht Unternehmen lassen Gutes entstehen, sondern die Menschen. Somit ist der Output alleinig abhängig von der Qualität zwischen den jeweiligen Partnern und Interessengruppen. Ich für meinen Teil kann behaupten, dass nur eine gute Kundenbeziehung überhaupt gute Ergebnisse möglich macht. Das Miteinander ist von großer Wirkung. Überall, wo mitgemacht, mitgedacht, mitgelacht und mitgelitten, also alles miteinander angegangen wird, ist der Output immer überdurchschnittlich. Der Kunde bekommt immer viel mehr, als er erwarten konnte, weil die persönliche Bindung den jeweiligen anderen positiv in die Verantwortung nimmt. Somit muss man nicht an der Preisschraube drehen, um mehr von seiner Agentur zu bekommen, sondern man muss die Beziehung maßgeblich verbessern. Das gilt natürlich ebenso anders herum. Die Agentur sollte immer bemüht sein, eine ehrliche, intensive, offene und direkte Beziehung zum Kunden zu pflegen. Das gelingt im Unternehmen wie im Privatleben. Man muss sich die Agentur-Kunden-Beziehung wie einen Stuhl mit vier Beinen vorstellen. Jedes Bein ist notwendig, weil die Beziehung, bzw. der Stuhl sonst umkippt. Dass der Stuhl schon mal kippelt, ist normal, aber gerade dann muss man ihn wieder genau an dem Bein ausrichten. Die Stuhlbeine der Kundenbeziehung heißen: Kommunikation, Gemeinsamkeit, Bewunderung, Wertschöpfung. (Im Privatleben muss man Wertschöpfung mit Sexualität austauschen). Diese Aspekte muss man geben. Ständig eingeben. Verbunden in der stillen Hoffnung, dass diese Aspekte erwidert werden. Ist das nicht der Fall, muss die Intensität erhöht werden. Das Ziel muss sein, ein gutes Fundament zu schaffen, auf dem man gemeisam sehr viel mehr schafft. Ein Fundament ohne Vorwürfe, um sich selbst aus der Schusslinie zu nehmen. Ein Fundament, auf dem man sich nicht anklagt, oder die Schuld dem anderen zuweist. Nein, es soll ein Fundament sein, das emotional eine solche starke Verbindung schafft, die alles meistert, was den jeweiligen Partnern begegnet. Die Höhe der Qualität dieser vier Standbeine einer Kundenbeziehung sind der beste Garant für außerordentlich erfolgreiche Ergebnisse. Missverständnisse und falsche Interpretationen entstehen nur, weil die Kommunikation schlecht ist. Also muss man miteinander reden und kommunizieren und zwar gerne. Wenn Ergebnisse mit den eigenen Vorstellungen überhaupt nicht übereinstimmen, ist das nicht der Fehler des Partners, sondern, dass man die eigenen Vorstellungen nicht zum Ausdruck bringt. Das, was man da gemeinsam macht, sollte man auch gemeinsam wollen und mögen. Sonst klappt das nicht. Die gegenseitige Bewunderung ist ein Ansporn ohne gleichen. Man bricht sich keinen Zacken aus der Krone, wenn man eingesteht, dass man den anderen für etwas ehrlich bewundert. Und Wertschöpfung auf materiellem und ideellen Niveau ist außerordentlich befriedigend. Tolle Ideen, die Wirklichkeit werden und die zugleich angemessen entlohnt werden.Eine solche Kundenbeziehung wird getragen. Getragen von einer Woge der Begeisterung. Es bedarf keiner Drohgebärden. Keiner Angstszenarien. Eine solche Beziehung hat vor dem Hintergrund einer ergebnisorientierten Zusammenarbeit immer die größte Chance, noch Größeres zu erreichen. Weil alle wollen. Mitmachen, mitdenken... eben miteinander. Aber das wichtigste Gebot für eine gute Kundenbeziehung ist darin begründet, dass man diese vier Aspekte mit eingibt. Sonst kann man nichts zurückerwarten. Man muss Menschen schon anlächeln, wenn man will, dass sie einem freundlich begegnen. Somit kann ich rückblickend resümieren, dass die größte Wertschöpfung für beide Seiten aus einem Budget immer dann erfolgreich umgesetzt wurde, wenn man eine sehr gute Beziehung hatte. Also, wann hast Du Deinen Kunden zuletzt gerne angerufen? Über welche Gemeinsamkeiten habt Ihr euch ausführlich unterhalten? Welche Bewunderung hast Du ihm zuteil werden lassen? Und über welche außerordentliche Wertschöpfung habt Ihr euch gemeinsam gefreut?

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:21

Dienstag, 1. Mai 2007

1. Mai: Am Tag der Arbeit ist auch im note blog Ruhetag

Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 10:11

Montag, 30. April 2007

Kann ich mal Ihren Businessplan sehen?

Wie die Zeiten sich ändern. Früher saßen sich Menschen gegenüber. Der eine hatte eine Idee. Der andere hörte aufmerksam zu. Entweder war er von der Idee überzeugt, oder nicht. Somit war hier Schluss, oder es ging jetzt los. So einfach war das. Heute interessiert sich keiner mehr für eine Idee. Eine Idee?! Was soll das sein? Was ist das? Heute legt man einen Businessplan hin. Und den schaut sich jemand an. Und dann ist entweder Schluss, oder es geht los. In dem Businessplan sind nur Zahlen. Die alle zeigen, wie schnell man wieviel Geld verdienen kann. Und das über Jahre hinaus. Ein Businessplan ist todsicherer als der andere. Denn da steht es doch, schwarz auf weiß. Erfolg auf der ganzen Linie. Das Geschäft? Die Idee? Zu kompliziert. Das versteht doch keiner. Und wer soll und will das alles schon verstehen? Somit müssen nur die Zahlen stimmen. Dann werden plötzlich Dinge realisiert, das glaubt kein Mensch. So einfach kann man ganz große Geschäfte machen. Bloß keine Idee. Wichtig ist, dass der Gewinn vor Steuern natürlich deutlich über 25 % liegt. Der Return of Investment zum Greifen nahe. Das auf einen solchen Businessplan noch keiner vorher gekommen ist. Früher habe ich wirklich noch gedacht, Ideen würden unsere Welt verändern und mein Leben. Wirklich. Ich dachte, wenn man eine gute Idee hat, dann geht alles wie von selbst. Denn jeder will von einer guten Idee profitieren. Gott, war ich naiv. Bis ich endlich verstanden habe, dass jeder nur seine Ideen umgesetzt sehen will und andere nur dazu dienen, um sie in der Luft zu zerreißen und die eigenen in einem besseren Licht darstellen zu können. Bis ich endlich dahinter kam, dass niemand wirklich ein Interesse hat an Ideen, denn die machen Arbeit, man muss sich bewegen. Und das nicht nur im Geiste. Bis ich dahinter gekommen bin, dass alle wollen, dass ich deren Ideen verwirkliche und niemand wirklich Lust hat, meine Idee Wirklichkeit werden zu lassen. Bis ich dahinter kam, nicht mehr von Ideen zu sprechen, sondern nur noch von Zahlen. Mensch, das hat gedauert und ich glaube, das hält noch an. Denn ich kann das einfach nicht glauben. Wie blöd muss man sein, bis die alle dahinter kommen, dass nichts einfacher ist, als einen Businessplan zu schreiben, der alles verspricht, aber komischerweise nichts hält. Aber die fleißigen Businessplan-Schreiber bekommen immer eine ordentliche Scheibe ab. Von der Pleite. Auf zum nächsten Businessplan. Man müsste mal eine Webseite machen, auf der die ganzen Businesspläne von fulminant gescheiterten Investitionen veröffentlicht sind. Wer die geschrieben hat. Was der heute macht. Und wieviel er eingesteckt hat. Dass man ohne Ideen so viel einfacher, so viel mehr Geld verdienen kann, ja, das hätte ich nie gedacht.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 10:11

Kleine Argumentationshilfe

Eigentlich läuft man in der Zusammenarbeit immer gegen dieselben Wände. Die immer und immer wieder nur andere wieder aufstellen. Deshalb lohnt einreißen nicht. Wenn Sie mit der einen fertig sind, steht direkt hinter Ihnen eine Neue. Es ist da schon geschickter, an den Wänden elegant vorbei oder drüber zu gelangen. Das versteht doch keiner?Was soll man gegen ein so fundiertes und schlagendes Argument sagen? "Das" - Damit ist die Idee gemeint. "Versteht"- Damit ist das Verständnis, das eine Zielgruppe dieser Idee gegenüber aufbringen sollte, gemeint. "Doch" - Tut nichts zur Sache. "Keiner" - Damit ist gemeint, niemand schnallt, worum es geht. Dabei meint das Gegenüber eigentlich: Ich weiß nicht warum, aber die Idee gefällt mir nicht. Darum sag ich jetzt einfach mal, dass die niemand versteht, dann packen die schon wieder ein.Was machen Agenturen an diesem Punkt? Sie fangen an, weit auszuholen, legen Beweismaterial vor. Und argumentieren sich einen Wolf. Mit dem Ergebnis, dass nichts von der Idee übrig geblieben ist, oder man doch seine Sachen packen darf. Deshalb mein Tipp: Wenn ein Kunde zu einer Idee sagt: Die versteht doch keiner. Dann antwortet man: Ich kann diese scheiß Floskel nicht mehr hören. (Sie können scheiß auch wahlweise ersetzen durch fuck, dumme, beschissene etc). Ich pack das jetzt hier alles wieder ein, fahre in meine Agentur, ruf die Kreation zusammen und sage: Der Kunde findet die Idee scheiße, tut mir einen Gefallen, macht einfach eine andere und neue. Tut mir leid. Aber der Kunde bekommt genau das, was er bestellt. Schnitzel mit Pommes und Salat ist nicht Dorade mit Polente und Bohnen im Speckmantel.Das habe ich irgendwo schon mal gesehen? Was soll man gegen ein so fundiertes und schlagendes Argument sagen. "Das" - Damit ist die Idee gemeint. "Habe ich irgendwo" - Damit ist die Gefahr vebunden, man hätte geklaut, oder die Idee wird einer anderen Marke zugeordnet. "Schon" - Tut nichts zur Sache. "Mal gesehen" - Damit ist gemeint, jeder denkt, das ist alles nur geklaut. Dabei meint das Gegenüber eigentlich: Ich weiß nicht warum, aber die Idee gefällt mir nicht. Darum sag ich jetzt einfach mal, dass ich die irgendwo schon mal gesehen habe, dann packen die schon wieder ein.Was machen Agenturen an diesem Punkt? Sie fangen an, weit auszuholen, legen Beweismaterial vor. Und argumentieren sich einen Wolf. Mit dem Ergebnis, dass nichts von der Idee übrig geblieben ist, oder man doch seine Sachen packen darf. Deshalb mein Tipp: Wenn ein Kunde zu einer Idee sagt:

Die versteht doch keiner. Dann antwortet man: Ich kann diese scheiß Floskel nicht mehr hören. (Sie können scheiß auch wahlweise ersetzen durch fuck, dumme, beschissene etc). Ich pack das jetzt hier alles wieder ein, fahre in meine Agentur, ruf die Kreation zusammen und sage: Der Kunde findet die Idee scheiße, tut mir einen Gefallen, macht einfach eine andere und neue. Tut mir leid. Aber der Kunde bekommt genau das, was er bestellt. Schnitzel mit Pommes und Salat ist nicht Dorade mit Polente und Bohnen im Speckmantel.Haben Sie noch eine Alternative dabei?Da habt Ihr's: Schnitzel mit Pommes und Salat ist nicht Dorade mit Polente und Bohnen im Speckmantel.Irgenwas fehlt mir an der Idee?Schnitzel mit Pommes und Salat ist nicht Dorade mit Polente und Bohnen im Speckmantel.Hat jemand noch mal das Briefing zur Hand?Schnitzel mit Pommes und Salat ist nicht Dorade mit Polente und Bohnen im Speckmantel.Die Idee hat was, die ist irgendwie nicht schlecht?Schnitzel mit Pommes und Salat ist nicht Dorade mit Polente und Bohnen im Speckmantel.Also damit hätte ich jetzt, ehrlich gesagt, so nicht gerechnet? Schnitzel mit Pommes und Salat ist nicht Dorade mit Polente und Bohnen im Speckmantel.Also, bevor jemand dem Kunden beibringt, dass er einfach sagen soll: Gefällt mir nicht, bitte noch mal. Oder noch besser, dass man ihn überredet, eine Idee zu kaufen, die er nicht will, lässt man es einfach, sieht das sportlich. Denn irgendwie wissen wir doch alle, wovon gute Werbung wirklich abhängig ist. Von den Leuten. Miteinander. Gemeinsam. Und so lange dafür nicht der rote Teppich ausgerollt ist, solange packt man einfach wieder ein. Neues Spiel - neues Glück. Denn das Gelaber kann man selbst doch nicht mehr hören und dem Kunden kann man das auf Dauer auch nicht antun. Das grenzt ja an Körperverletzung. Wisst ihr, was das Geniale an dieser Art der Umgangsform ist? Der Zeitpunkt kommt, da sagt der Kunde nach 2 Minuten: Geile Idee, ist gekauft. Kannst aufhören mit deinem Gelaber. Ist schon gut. Bin ja nicht blind und blöd.Bild: Peter von FelbertWichtiger ehrlich gemeinter Hinweis: Ein Glück habe ich solche Kunden seit einigen Jahren nicht mehr. Ein Glück! War aber auch ein langer harter beschwerlicher Weg. Für uns wie für unsere Kunden. Aber so wie es sich abzeichnet hat er sich gelohnt, denn nichts macht mehr Spaß als wenn sich Kunde und Agentur gegenseitig motivieren das die Ideen immer leckerer werden. Vor allem wenn beide das ebenso genießen können.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 09:57

Sonntag, 29. April 2007

note setzt ein Zeichen: Wie eine Fahne im Wind?

Die neue Außenstelle, Nebenstelle, Zweigstelle, Niederlassung oder wie man es auch immer nennen will der note Werbeagentur und des note blog ist nun eingenommen. Neben dem Stammsitz und Hauptsitz am Bavariaring in München nun auch in Bernried. Die vielleicht letzte Agentur vor den Alpen. Es soll die Ideenküche sein, das Denkzentrum, der Ort, an dem man sich die Freiheit nimmt, eine gute Idee zu entdecken und zu verfolgen. Damit das jeder auch gut finden kann, haben die Mitarbeiter zusammengelegt und einen passenden Moment abgewartet. Um eine Fahne mit dem CI-gerechten Aufdruck der note und den dazugehörigen, über 6 Meter langen Fahnenmast feierlich an mich zu überreichen. Oha! Was lag da näher als mein Geburtstag. So sind sie! Mit der Aufstellung dieser Konstruktion ist ein nicht unerheblicher Anteil an Arbeit verbunden. Die mach ich eigentlich sonst im nicht unerheblichen Maße meiner Mannschaft. Nun hat sich das Blatt, bzw. die Fahne mal gewendet. So habe ich den Mast wie vorgeschrieben in den Boden zementiert. Mit der Wasserwaage dafür gesorgt, dass der Mast aufrecht steht, und gerade. Heute morgen, Sonntag, den 29. April 2007, um 10.30 Uhr, wurde feierlich die Fahne gehisst. Eine Hymne fehlte noch. Leider fehlte auch der nötige Wind oder wenigstens ein Aufwind. Aber es war trotzdem ein erhebendes Gefühl. Auch wenn er ein wenig schlapp rüber kam. Deshalb, meinen Dank an meine Mannschaft, ohne Euch hätte ich mir die ganze Arbeit sparen, dafür aber auch diesen unvergesslichen Moment nicht miterleben können. Was ist schöner? Man wird sehen.Ach ja, ich wollte unbedingt vor dem 1. Mai damit fertig sein. Puh, gerade noch geschafft!

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 12:51

Freitag, 27. April 2007

Hör mal, ich kenn da jemanden

Also, früher war einiges anders. Wenn man da jemandem etwas gesagt hat, oder versprochen, dann hat man das auch so gemacht, oder rechtzeitig Bescheid gestoßen, dass es nicht hinhaut. Dann schlichen sich die Schwätzer, Behaupter und Kenner unter uns. Und die Unsitte der Unzuverlässigkeit verbreitete sich in Windeseile. Ein Mann, ein Wort? Das gibt es so gut wie nicht mehr. Abmachung per Handschlag? Ausgestorben. Zusagen? Abmachungen? Niemand fühlt sich mehr dem gegenüber verpflichtet, was er das so sagt. Das sind nur noch theoretische Annahmen. "Ich ruf dich nächste Woche an!" Dieser Satz bedeutet nichts, aber auch gar nichts. Außer eventuell: "Ich habe auf dich Arschloch jetzt überhaupt keinen Bock und komme so am besten aus der Nummer raus." Schön ist auch: "Wir müssen mal was zusammen machen!" Wenn das einer vor 15 Jahren gesagt hätte, dann hätte man automatisch den Grill angeworfen und zwei Bier aufgemacht. Heute heißt das eher: "Wenn Du denkst, dass ich mir mit Dir Arschloch die Zeit um die Ohren haue, dann hast Du dich aber getäuscht!" Floskeln über Floskeln überschwemmen das Land. Hinter fast jedem Satz versteckt sich ein fast völlig anderer Hintergedanke. "Das sagt man halt so", höre ich dann oft. Dann gibt es noch weitere unsinnige Formulierungen: "Ich kenn da jemanden!" Das bedeutet: "Die Scheiße kannst du selbst auslöffeln." Oder: "Ich habe keinen blassen Schimmer." Sehr schön ist auch: "Ich habe irgendwo gelesen..." Damit will jemand sagen: Bevor du mir wieder nicht glaubst, tue ich einfach so, also ob irgendein schlauer Kopf das behauptet hätte. Auch gut ist: "Ich bin da dran!" Ha, dass ich nicht lache. Nichts ist passiert, gar nichts, absolut gar nichts. Und so geht das weiter und weiter. Die Welle des Geschwafels ist nicht aufzuhalten. Das geht so weit, dass man keinen geraden Satz mehr sagen darf, denn den versteht keiner. Bloß nichts Direktes oder Offenes, das verwirrt die Menschen total. Die suchen sofort nach dem miesen Hintergedanken. Ich habe mir im Laufe der Zeit auch eine Floskel zu eigen gemacht: "Gute Idee, ich denk mal drüber nach!" Ist die nicht geil?! Das ist doch der Hammer. Die bedanken sich sogar dafür. Oh, er denkt über meine Idee nach. Vielleicht wird was draus. Dabei habe ich die schon im Kopf entsorgt und direkt in den kleinen Kopfmülleimer hinter dem rechten Ohr geworfen.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:48

Donnerstag, 26. April 2007

Es gibt immer einen andere Ausweg, oder eine andere Richtung

Bild: Stephan Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:02

(Unsere) 10 Bloggebote

1. Du sollst an Deinem Blog vor allem selbst am meisten, intensiv und lange Spaß haben. Du machst es freiwillig. Gib deshalb nicht viel auf die Meinung anderer. Lade nicht die falschen Gäste auf deine eigene Party ein. 2. Du sollst Freunde, Bekannte und Gleichgesinnte finden, für deren Positionen, Meinungen, Sichtweisen und Blickwinkel du dich wirklich interessierst. Schreibe, wie du wirklich bist, damit man besser herausbekommt, wer du bist. Schreibe nicht, um anderen zu gefallen. Nur so kann dich jemand kennenlernen, den du auch kennenlernen willst. 3. Du sollst ganz natürlich nur persönlich und authentisch deine eigene, absolut subjektive Meinung kund tun. Nur so erkennt man in einer Welt der Konformität deine individuelle Klasse. Finde deinen Stil. Und lass dir Zeit damit. 4. Du sollst dich nicht zu wichtig nehmen. Sei selbst dein größter Kritiker. Du machst das nur und ausschließlich für dich. Befriedige dein Ego an dem, was du ausdrücken willst, nicht an der Akzeptanz durch andere oder durch ein Businessmodell. 5. Du sollst nicht klauen, kopieren oder trittbrettfahren. Du gewinnst dabei nichts. Sondern du verlierst letztendlich nur an kostbarer Glaubwürdigkeit. Langweile bitte deine Bewunderer nicht.6. Du sollst nicht mit Tricks und Kniffen für Traffic sorgen, sondern ausschließlich mit der Kraft deines Contents. Glaube an dich. Nicht die Menge ist wichtig, sondern die Übereinstimmung. Und da sind weniger Leser wesentlich kostbarer. 7. Du sollst ausdauernd, beharrlich, kontinuierlich, konstant und beständig sein. Viele fangen viel zu viel an. Einige fangen wenigstens irgendetwas an und nur wenige fangen etwas Richtiges an. Und bringen es auch zu Ende. 8. Du sollst unverwechselbaren Content liefern. Es wird alles gesagt, zu oft, zu schnell, zu viel und durch zu viele Brillen betrachtet, alle Interessengruppen haben ihr eigenes Sprachrohr, da musst du nicht auch noch für andere sprechen, sprich nur für dich. Denn was wirklich interessiert, ist dein Blick auf die Dinge in deiner Welt. 9. Du sollst immer im Rahmen bleiben, keine Rechte anderer verletzen und deren Freiheiten respektieren. Man bewegt sich in keinem rechtsfreien und luftleeren Raum, deshalb berücksichtige die Regeln, so wie du willst, dass auch deine Rechte geschützt werden.10. Du sollst dein Blog pflegen und dumme Kommentare sofort löschen. Halte dein Blog so sauber wie du willst, so dass dir auf keinen Fall der Spaß daran vergeht. Der Neid und die Missgunst ist leider jedem gewiss, der etwas erreicht. Die meisten werden dabei von krankhafter Eitelkeit und dem Geltungsdrang angetrieben. Aber bleib immer freundlich.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:22

Mittwoch, 25. April 2007

heute nacht

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 23:08

Das ungebügelte Wasser (Hansgeschichten)

Als sie den schützenden Hafen verlassen hatten, warf sich ihnen das Meer mit aller Kraft entgegen. Hans stand zum ersten Mal am Steuer des Seglers und versuchte den Kurs zu halten. Es ist gut, am Steuer zu stehen, dachte Hans, weil man dann an nichts anderes denkt, nur ans Steuern. Er hielt das Boot hoch am Wind, der steuerbords vor die Segel drückte und den Segler bis zur Decklinie in Schräglage gebracht hatte. Er kam sich vor, wie auf einem Kutschbock. Die Fahrt ging über Berg und Tal und Hans versuchte seine Furcht und seinen Mut in ein Gleichgewicht zu bringen. Wenn sich der Bug aufbäumte, presste er die Brust nah an das Steuerrad und wenn der Bug in ein Wellental sank, streckte er die Arme und legte den Oberkörper nach hinten. Von Zeit zu Zeit fegte eine Welle über das Boot und von Zeit zu Zeit drückte eine Böe in die gerefften Segel und verstärkte die Krängung des Bootskörpers.
Hans spürte wie die Nase des Seglers gierig war in den Wind zu kommen. Er hatte sein linkes Bein gegen die Innenseite der Bordwand gestemmt. Mit dem rechten Bein versuchte er die Schwankungen des Bodens unter seinem Körper, der in gelbem Ölzeug steckte, auszugleichen. Nach einer Wende ging es umgekehrt. Das rechte Bein wurde steuerbords gegen die Bordwand gestreckt und das linke federte die Auf- und Abbewegungen aus, die das Meer dem Boot diktierte. Nach zwei Stunden hatten Hans Beine angefangen zu zittern.
Der Mann, der Hans mitgenommen hatte, beobachtete die Kompassnadel.
„Halt den Verklicker im Auge, Hans", rief er. Hans sah zum Masttopp.
Ob er da hinten die beiden Kirchturmspitzen gesehen hätte?, fragte der Mann und wies zum Horizont.
Hans nickte, als habe er die Kirchturmspitzen schon lange im Auge gehabt.
„Da mitten durch", sagte der Mann.
„Ist das der Hafen?" fragte Hans.
„Medemblik", sagte der Mann.
„Wie lange noch?" fragte Hans.
„Kommt drauf an", sagte der Mann.
„Klar", sagte Hans.
Über das Wasser kam ein Schwarm von Kormoranen in Keilform geflogen. Ein großes Plattbodenschiff mit zwei Masten und rostroten Segeln pflügte durch die graugrüne See und die Gischt schäumte am Bug.
Als der Wind etwas nachgelassen hatte, holte der Mann dem Vorsegel dichter. Er nahm die Winschkurbel und machte eine Umdrehung und noch eine. Die Winsch knarrte.
„Verdammt", fluchte er, als das Segel mit einem lauten Kreischen einriss. Er gab das Tuch frei, machte ein Zeichen und verschwand im Schiff.
Hans war nun auf sich allein gestellt. Jetzt hieß es aufpassen. Er drehte die Nase des Seglers in den Wind und löste die Großschot wie er es gelernt hatte. Der Großbaum schlug nach Backbord und als die Allegra im Wind stand ließ sie die Segel flattern.
„War wohl morsch", rief der Mann, der durch die Bugluke aufgetaucht war.
„Kann man ´ne prima Jacke draus nähen", rief Hans ihm gegen den Wind zu.
Der Mann holte das gerissene Segel ein und stopfte es durch die Luke nach unten. Eine Welle schlug gegen den Bug und der Mann suchte Halt am Vorstag.
„Hol mal das Sturmsegel raus", wies er Hans an und schloss dabei auch den obersten Knopf seiner Öljacke.
Hans verließ seinen Platz und kletterte in den Bauch des Seglers, bis ganz nach vorn, wo im Vorschiff das Sturmsegel bereit lag. Er schob es durch die Luke nach oben. Die Welle hatte alles nass gemacht.
„Das kleine Sturmsegel reicht bei dem Wetter allemal", sagte der Mann, der nach oben geklettert kam.
Hans holte das Groß dicht und brachte die Allegra wieder auf Kurs.
Eigentlich habe ich ja das Sagen, dachte Hans. Er stand am Steuer und wer am Steuer stand, gab die Kommandos. Aber Hans dachte nicht daran, Kommandos zu geben. Er dachte nur daran, den Kurs zu halten und dachte nur an das Steuern.
„Gut gemacht", sagte der Mann. Aber Hans sah nur die beiden Kirchturmspitzen voraus, die schon zum Greifen nah waren.
Mitten durch, dachte er. Er besah sich den grauen Himmel, aus dem weiße Wolken quollen.
„Da kriegen wir noch mal ordentlich Wind", sagte der Mann.

„Dann geht´s schneller”, sagte Hans.
Der Wind blies jetzt wieder stärker und brachte auch Regen.
„In Böen sechs bis sieben”, sagte der Mann.
„Wie lange noch?” wollte Hans wissen.
„Schätze zwei Schläge noch.”
„´Ne Stunde, was?” sagte Hans.
„Kommt drauf an.”
„Klar”, sagte Hans.
Die Kirchturmspitzen waren gewachsen. Der Außenhafen kam in Sicht. Vor dem Grau des Himmels schienen die weißen und silbernen Maste zu leuchten.
„Da ist die Hafeneinfahrt”, sagte der Mann, „wir wollen in den Innenhafen.”
Der Wind war abgeflaut, die Wellen waren zu einem sanften Wiegen geworden. Der Mann hatte die Segel eingeholt und den Diesel gestartet. Das leise Klopfen des Motors klang Hans vertraut. Es erinnerte ihn an das Knattern der Segel bei mäßigem Wind.
Der Hafen war in ein sanftes, rötliches Licht getaucht. Ein Rot wie von billiger Brause. Es roch nach einem guten Abendessen. Hans fühlte sich gut. Das war nicht ohne, dachte er, und betrachtete die kleinen roten Backsteinhäuser, die dicht am Hafenbecken standen. Nur eine schmale Straße trennte sie von den Anlegern. Mannschaften machten ihre Boote fest. Andere streiften in Gruppen die Straße entlang und waren bester Laune. Große und kleine Boote lagen in Päckchen rechts und links an der Kaimauer.
Hans steuerte das Boot unter den Augen des Mannes bis zu einer Brücke. Die Ampel schlug auf Grün und die Brücke wurde hochgeklappt und der Mann, der Hans mitgenommen hatte, grüßte zum Hafenkontor hinauf.
„Lass mich jetzt mal ans Steuer”, sagte er, „geh du mal zum Hafenmeister.”
Hans sprang von Bord und drehte sich um. „Wie lang ist unser Schiff.”
„Zehn Meter siebzig”, sagte der Mann.
Auf den Booten rechts und links saßen Segler und redeten und tranken und lachten.
Hans kam zurück. „Steiger C 4”, rief er dem Mann entgegen, der die Achterleinen festzog.
Hans blieb auf dem Steg stehen und prüfte den Sitz der Vorleine. Das Holz, aus dem der Steg gebaut war, knarrte.
„War nicht ohne”, sagte der Mann, als er vom Boot sprang. Ohne Ölzeug war er viel beweglicher.
„Ja, wie auf Pudding”, sagte Hans.
Der Mann lachte. „Hunger, Hans?”
„Und wie”, sagte Hans, „und Durst.”
„Wir wollen auf den Tag trinken”, sagte der Mann.
„Ja”, sagte Hans, „das wollen wir.”
„War das das erste Mal?” fragte der Mann, dem jetzt das Heineken schmeckte.
„Das erste Mal auf so ´nem ungebügelten Wasser”, sagte Hans.
„Nicht schlecht für den Anfang”, sagte der Mann.
„Ja”, sagte Hans, „für´n Anfang gar nicht so schlecht.”
Unter dem Tisch zitterten Hans Beine.

Geschrieben von in Weite Welt um 21:18

Unglaublich, unmöglich und unvorstellbar

Vor ein paar Tagen erreichte mich eine unglaubliche, unmögliche und unvorstellbare Nachricht. Ein Fußballer namens Messi, hat das Jahrtausend-Tor von Maradona noch einmal geschossen. In der spanischen Liga. Dabei hat es das Attribut "Tor des Jahrtausend" vor allem deshalb erhalten, weil es so einzigartig ist – war. Vor ein paar Stunden erreichte mich nun eine unglaubliche, unmögliche und unvorstellbare Nachricht: Ein Planet wurde entdeckt, der ähnliche Bedingungen aufweist wie unsere Erde. Temperaturen zwischen 0 und 40 Grad.Das wollte ich nur allen mitgeben, denen öfters die Bemerkung begegnet: unglaublich, unmöglich und unvorstellbar. Leider fehlt es meist nur an der Vorstellungskraft und daran, dass viel mehr im Bereich des Möglichen liegt als der eigenen Verstand vermuten lässt.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 10:15

Ansichtssache Urlaub

Früher waren der Urlaub und die darin vollzogenen Reisen ein sehr wertvolles Gut. Nach jedem Urlaub wurden die Nachbarn und Freunde eingeladen zum Urlaubsbilder Schauen. Dabei wurde Knabberzeug und Bier kredenzt. Es waren meist üble Einladungen, vor denen man sich mit allen Mitteln drückte. Denn Urlaubsbilder sind totlangweilig. Also, die Art von Bildern, die es zu 98 % zu sehen gab. Denn diese zeigten meist erst Kalkleichen, dann Brandopfer und dann Körper, die so aussehen, als ob jemand zwei Wochen auf der Sonnenbank gelgen hatte. Der Grad der Tiefenbräune gab Aufschluss über die Urlaubsqualität.
Deshalb hat man sich professionell gebräunt. Damit alle neidisch auf einen waren. Vor dem Urlaub zweimal Sonnenstudio. Grundbräune auftragen. Am Anfang im Urlaub hoher Sonnenschutzfaktor. Dann den Sonnenschutzfaktor sukzessive herunterfahren. Bis man ihn ganz aufgab und durch Bratfett ersetzte. Dabei mit den Haaren so oft ins Salzwasser, wie es ging, damit die Haare völlig ausblichen. Und wichtig, immer dieselbe Badehose. Damit man mit einer Fingerbewegung nach dem Urlaub das Vorher-Nachher-Prinzip verdeutlichen konnte.
Dann brachte man aus dem Urlaub jede Menge Krimskrams mit, das schnell in irgendwelchen Schubladen verschwand. Oder verschenkt wurde. Zudem brachte man meist einheimische alkoholische Getränke mit. Der Wein war unverständlicherweise immer ungenießbar. Obwohl er da unten immer so toll schmeckte. Und bei dem Rest konnte man nur höflich nicken, aber in einem drin brach das große Unverständnis aus. Im Urlaub hat man alles das getan, was zu Hause ja nicht geht. Und dann die Fotos. So konnte man die Nachbarn in unterschiedlichsten Zusammensetzungen und Posen betrachten. Die Bilder hatten alle eins gemein, diese Hackfressen haben immer das Schönste verdeckt. Weil die immer vor allem sich postieren mussten. So beobachetete man beim Fotos Schauen die Bräunungsentwicklung. Sonst nichts. Und wenn der Vorführer noch so oft Situationen als unvergesslich und einzigartig einstufte, davon war nichts zu sehen und zu spüren. Und wie gut ein Essen auf einem Foto gewesen sein soll, entzieht sich meiner Vorstellung. Vor allem, wenn ich Menschen mit nackten Oberkörpern beim Essen zusehen muss. Und die ganzen tollen Menschen, die kennengelernt wurden. Diese irren Typen. Die so einmalig und witzig waren. Voller Lebensgeschichten.
Dabei sah man immer nur angeschickerte Kalkleichen, Brandopfer oder Tiefgebräunte. Die alle so aussahen wie die Typen am Grill bei Mc Donalds, oder Busfahrer oder ... Jedenfalls wurden die Urlaubsfotos dann technsich gekrönt vom Urlaubsfilm. Super 8. Diese Filme waren wie die Fotos nur länger. Und das Geräusch des Projektors war wesentlich lauter, als der des Diarades. Super 8 Filme waren eine Zeit hoch im Kurs. Der einzige Vorteil war die kürze. Denn die Filme waren ziemlich teuer. Für 10 Minuten Super 8 Film musste man zuvor 3 Stunden Dias schauen. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Sicherheitslücke

Sicherheit ist vor allem ein Gefühl. Wir fühlen uns besser und wohler in Sicherheit. Wer will schon in offensichtlicher Unsicherheit sein Dasein fristen? Somit umgeben wir uns mit Attributen der Sicherheit. Damit wir dieses Gefühl erlangen, uns sicher zu fühlen. Aber diese Bestreben weist eine Sicherheitslücke auf, denn man hat keine wirkliche Sicherheit. Sondern nur Attribute, die so sind als ob. Das dies so ist, sieht man an den Sicherheitsorganen in unserem Land. Könnten dieses wirklich für Sicherheit sorgen, würde man dann so schlecht damit umgehen? Wohl kaum. Das Vertrauen in unsere eigene Sicherheit ist da fragwürdig, wo sie nicht öffentlich wirksam und populär genutzt werden kann. So ist jedes Fußballstadion besser geschützt als jeder Bürger in diesem Land. Flughäfen, Politiker, Stars, überall geht Sicherheit über alles. Weil diese Demonstration der Sicherheit auch Macht dokumentiert. Aber in Köln Chorweiler oder Berlin Neukölln ist davon sicher nichts zu sehen. Zudem sind die Menschen, die für unsere Sicherheit sorgen sollen, schlecht bezahlt und schlecht ausgerüstet. Jeder Dieb hat mehr Technik in der Tasche als ein ganzes Polzeipräsidium zur Verfügung. Somit zahlt auch der Staat vor allem für das Gefühl der Sicherheit. Er investiert nicht in die tatsächliche.Was wiederum unser Sicherheitsbedürfnis anheizt. Was wiederum dazu führt, dass die Alibisicherheit, also die sichtbare, erhöht wird. Somit hat auch hier die leidige Präsenzkultur den Fuß in der Tür. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 06:55

Dienstag, 24. April 2007

John Ruskin (1819 - 1900) Britischer Sozialreformer

Es gibt kaum etwas auf dieser Welt, das nicht irgend jemand ein wenig schlechter machen und etwas billiger verkaufen könnte – und die Menschen, die sich nur am Preis orientieren, werden die gerechte Beute solcher Machenschaften. Es ist unklug, zu viel zu bezahlen, aber es ist noch schlechter, zu wenig zu bezahlen. Wenn Sie zuviel bezahlen, verlieren Sie etwas Geld – das ist alles. Wenn Sie dagegen zu wenig bezahlen, verlieren Sie manchmal alles, da der Gegenstand die ihm zugedachte Aufgabe nicht erfüllen kann. Das Gesetz der Wirtschaft verbietet es, für wenig Geld viel Wert zu erhalten. Nehmen Sie das niedrigste Angebot an, müssen Sie für das Risiko, das Sie eingehen, etwas hinzurechnen. Und wenn Sie das tun, haben Sie auch genug Geld, um für etwas Besseres zu bezahlen. Gefunden auf der Seite meines ältesten Schuldfreundes: Stephan Helleckes

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 20:35

Wechselwirkung

Die Welt der rationalen Menschen und deren Beweisführung wirft einige Fragen auf. Wenn ein Urlaub für 500 Mark 3 Wochen in Holland mit Anfang 20 total geil war, warum ist dann ein Urlaub mit Anfang 30 in der Karibik für 8.000 Mark nicht 16 mal geiler? Sondern ganz im Gegenteil, nicht mal halb so gut. Warum hatte ich an meinem ersten VW Käfer für 500 Mark eine viel größere Freude, als an meinem ersten Auto über 100.000 Mark? Müsste meine Freude nicht 200 mal größer sein? Warum erinnere ich mich an kurze Beziehungen besser, als an einige, die von langer Dauer waren? Warum sagen mir meine Geschmacksnerven, dass eines meiner besten je getrunkenen Getränke ein Weißbier auf knapp 2.000 Meter in den Bayerischen Alpen für 2,80 € war, das ich nach 4 Stunden Wanderung zusammen mit meinem besten Freund getrunken habe? Und nicht einer der sündhaft teuren Rotweine, die alle im Schnitt 50 mal mehr gekostet haben? Warum macht ein Monte Blanc Füller den Text nicht besser? Warum ist die Zeit, die man mit einer Rolex am Arm verbringt, nicht gleich kostbarer? Warum fühle ich mich in teuren Restaurants nie so viel wohler, wie in meinem einfachen Lieblingsrestaurant? Warum ziehe ich so gerne genau die Klamotten am häufigsten an, die meine Frau ständig als Putzlappen mir entwenden will? Somit scheint es keinen kausalen Zusammenhang zwischen Wert und Wertvorstellung zu geben. Sondern ganz im Gegenteil, diese beiden Aspekte scheinen diametral auseinander zu laufen. Das Mehr bringt ein Weniger mit sich. Deshalb will man noch mehr, womit einher geht, dass man noch weniger bekommt und so weiter und so weiter und - stopp. Geht es auch anders herum? Könnten wir auch zurück zum Ausgangspunkt unserer Gefühlslage gelangen und von da aus noch mal losgehen? Alle meine Erlebnisse, die ich sofort aus 43 Lebensjahren als gefühlte Höhepunkte abrufen kann, sind jenseits des Materiellen. Das macht mich mehr als stutzig. Es stellt meine Welt auf den Kopf. Oder eventuell wieder auf die Füße. So gerne ich schöne Dinge mag, und gute. So wichtig ist es auch, diese so genießen zu können, dass man sich dabei in seiner Haut sehr wohl fühlt und vor allem mit den Menschen sich umgibt, mit denen man dieses Gefühl gerne teilen will. Es ist verteufelt, dass ich in den teuersten Restaurants fast nie mit meinen besten Freunden saß. Dass ich die materiell gesehen wertvollsten Momente mit niemandem, oder mit den falschen Menschen teilen konnte und musste. Und dass ich vermute, dass es den Menschen gegenüber ähnlich erging, wir aber aus diesem System nicht ausbrechen konnten. Meine teuersten Flüge waren Geschäftsflüge, nicht die in den Urlaub. Man muss aus 20:80 einfach 80:20 machen. Dann könnte es gehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 10:03

Vor 25 Jahren war ich gerade...

... ... volljährig geworden. Habe in Windeseile meinen Führerschein gemacht. Damals in der Fahrschule eines Klassenkameraden. Ich glaube, es waren 6 Fahrstunden für 300 Mark, den Rest habe ich weit vorher und währenddessen geübt. Habe mir einen hellblauen VW-Käfer gekauft für 500 Mark. Meine Freundin hieß Silke und war in derselben Klasse wie ich. Wir schreiben das Jahr 1982. Zu dieser Zeit höre ich Commoders, Cool and the Gang und Earth Wind & Fire. Ohne mein Skateboard geh ich nicht aus dem Haus. Das Windsurfen hat mich zudem völlig in seinen Bann gezogen. Das Fußballspielen ist auch noch ein sehr großer Bestandteil meines Lebens. Ich trug entweder Turnschuhe, oder Cowboy Stiefel. Röhrenjeans waren gerade In. Pernod mit Cola auch. Diskotheken waren angesagt. Alien und Star Wars liefen im Kino. Kohl wurde Kanzler. Stolz wie Oskar war ich auf meine helle Lederjacke.

Zurückblickend frage ich mich, wie ich das alles unter ein Dach gebracht habe. Aber die Erinnerungen sind eigentlich wenige und die sind auch noch blass. Dabei bin ich doch 18 geworden. Da müssen doch Sachen passiert sein, an die ich mich ein Leben lang erinnern wollte. Und jetzt habe ich sie vergessen. Schon schade.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 09:52

Montag, 23. April 2007

Manhattan

Motiv: Manhattan (Aquarell) 2005 Künstler: Thomas Moeser. Derselbe Gedanke? Derselbe Auslöser? Nach dem 11. September fing ich plötzlich an, Flugzeuge aus heiterem Himmel am selbigen zu fotografieren. Dann, wenn sie noch voller Menschen sind. Dann, wenn die Welt auch da weit oben noch in Ordnung ist. Fast unbemerkt empfand ich es plötzlich als sinnvoll, Flugzeuge am freien Himmel einzufangen. Einfach so. Unspektakulär. Es ist gar nicht so einfach, mit so einer kleinen digitalen Kamera, mittig, im optischen Blindflug, ein Flugzeug mit dem Auslöser abzuschießen. Einige dieser Bilder habe ich auch in diesem Blog veröffentlicht. Irgendwann saß ich dann da und fragte mich: "Was sind das für Menschen, die Flugzeuge am Himmel knipsen?" Nach einigem Überlegen kamen mir die Bilder vom 11. September in den Sinn. Und mein Handeln steht in direktem Zusammenhang mit diesem Ereignis. Denn nach diesem 11. September durchlebte ich, wie viele, eine wirtschaftliche Talfahrt, die sich gewaschen hat. Hatte! Privat war das Gegenteil der Fall. Ist! Ein Freund, der Künstler ist, Thomas Moeser, mailte mir dieses Motiv. Ob es mich zu einem Gedanken in meinem Blog inspirieren würde. Eigentlich hatte ich ihn gebeten, mir Bilder zukommen zu lassen. Um mich inspirieren zu lassen. Denn die Bilder anderer Menschen sind oft Hinweise für mich. Für etwas, was ich selbst erlebt oder durchlebt hatte. Denn diese Menschen leben zur selben Zeit und auch die lassen bestimmte Erinnerungen nicht unberührt. Somit schoss mir sofort der Gedanke durch den Hopf, warum "Manhattan"? Vielleicht aus demselben Grund? Und wenn nicht, ist das auch nicht schlimm, denn es hat diesen Gedanken wieder in mir hervorgeholt: dass unser Handeln stark durch unser Unterbewusstsein gelenkt ist. Wir denken zwar, wir folgen der eigenen Logik, dabei spielt sich das meiste ohne unsere Kenntnis ab. Wir können zwar so tun, aber wir können nicht so handeln, als ob wir das alles nicht erlebt hätten.

Geschrieben von Christof Hintze in Fotografie, Bilder, Grafiken um 07:57

Frankfurt ist keine Reise wert

Einen Teil meiner Kindheit habe ich am Taunus verbracht. Es ist der schönste Teil meiner Kindheit. Aber in sicherer Entfernung von Frankfurt. Eine Stadt, bei der die Gegensätze so nah beieinander liegen, dass einem offensichtlich klar wird, dass dies keine Gegensätze sind. Man muss schon aus einem besonderen Gas geformt sein, um in der unmittelbaren Nähe von Frankfurt-Höchst seinen Lebensmittelpunkt zu bestreiten. Und Apfelwein als sein Lieblingsgetränk zu bewerten. Zudem sich in einer Sprache zu unterhalten, die daraus besteht, dass man einfach alle Endungen weglässt. Kann man das überhaupt als Dialekt bezeichnen, oder sollte man das mehr als Sprachfehler sehen? Frankfurt hat meinen Bruder geschluckt. Und er hat es gut gemeint mit der Stadt, aber sie nicht mit ihm. Mein Vorurteile und negativen Urteile über Frankfurt sind sehr lang und gehen sehr tief. Wenn ich nicht unbedingt muss, dann meide ich diese Stadt. Aber manchmal kommt es eben anders, als man will. So musste ich vor nicht all zu langer Zeit nach Frankfurt. Meine Versuche, nach Wiesbaden auszuweichen, scheiterten am Veto anderer. Somit landeten wir in Höchst. In der ersten Nacht wurden wir durch einen Giftgasalarm aus den Betten gerissen. Ein Feuer ist in einer Chemiefabrik ausgebrochen. Wir sollten vorsichtshalber die Fenster schließen. In unmittelbarer Nähe begannen schon die Vorbereitungen zur Evakuierung. Aber man konnte die Gefahr noch in den Griff bekommen und Herr der Lage werden. Wäre auch schon übel gewesen, wenn meine Mutter in ein und derselben Stadt zwei Söhne verlieren müsste. Am dritte Tag wurde ins Auto eingebrochen. Beschaffungskriminalität. "Das passiert hier öfters", bekamen wir dann zu hören. Das hätten die mir nicht sagen müssen. Mein Weg nach Frankfurt dauerte mit dem Auto fast 6 Stunden. Zurück bin ich mit dem Auto in 3 Stunden 40 geflohen. Auch das ist ein Zeichen meiner Liebe zu Frankfurt. Aber man muss ja nicht jeden und alles in sein Herz schließen. Es ist auch in Ordnung, wenn man einiges aus dem Herzen verbannt. Denke ich. Jedenfalls habe ich immer ein ungutes Gefühl, wenn es um Frankfurt geht. Tut mir echt leid, Frankfurt, aber Du hast deine Chance gehabt. Wir werden nie Freunde. Und ich nie Ehrenbürger deiner Stadt. Aber ich denke, damit können wir beide leben. Aber meine Befürchtung, dass dein Hunger, Leben zu zerstören, unersättlich ist, ist mir dann doch zu groß. Und ausprobieren will ich es auch nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:50

Freitag, 20. April 2007

BIS. Bilfinger Berger Industrial Services. Denn einer muss es tun.

Geschrieben von Peter von Felbert in Werkverzeichnis um 07:43

Mein größtes Vorurteil

Mein wohl größtes Vorurteil, das ich hege und pflege und von dem ich oberflächlich völlig überzeugt bin, lautet: "Das kriegen die nie so hin wie ich!" Das Dumme an diesem meinem Lieblingsvorurteil gegenüber dem Rest der Welt ist nur: das denken fast alle. Schade. Wirklich schade. Dabei musste ich so hart daran arbeiten, vollends davon durch und durch überzeugt zu sein. Jetzt erscheint es nur noch lächerlich. Somit muss ich mich aufmachen nach einem neuen, schönen Vorurteil. Wie wäre es denn mit: "Alle anderen haben immer die schlechtern Ideen."?

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:40

Donnerstag, 19. April 2007

Jeder mit seinen Mitteln

Alle schütteln verwundert den Kopf, wenn nach außen dringt, was drinnen wirklich abgeht. Dabei möchte ich mal eine Lanze für die brechen, die sich einiger Praktiken bedienen, die einer ganze Republik übel aufstoßen. Zum einen schaut dieselbe Republik auf jeden Medaillenspiegel, aber Doping ist eine Todsünde? Beim internationalen Fußball geht es bei einigen Vereinen offensichtlich mit unlauterem Wettbewerb zu und trotzdem wird man national daran gemessen. Unter dem ständig steigenden Druck immer höher, weiter, breiter, größer, mehr zu erzielen, gehen jedem normalen Mensch schon mal die Mittel aus. Aber hinterherschauen will man auch nicht. Und Jahrhundertalente wachsen nicht an Bäumen. Somit ist der Versuchung, sich unlauterer Mittel zu bedienen, Tür und Tor geöffnet. Und es geht noch weiter, es gilt innerhalb dieser Kreise als völlig normal. Die Frage beim Doping ist nur, wie intelligent ist die Gestaltung, dass niemand dahinter kommt.Ich möchte mal sehen, was passieren würde, wenn die deutschen Vereins-Fußballmannschaften so lange nicht mehr an Turnieren teilnehmen, bis die betriebswirtschaftlichen Regeln für alle dieselben sind. Oder aus den Börsen dieser Welt sich alle deutschen Konzerne verabschieden, bis auch da für alle Unternehmen dieselben Gesetzmäßigkeiten gelten. Denn in anderen Ländern, so wie auch bei uns, wird der Leistungssport sicherlich ebenso unterstützt, wie die großen Konzerne. Die sogenannten Aushängeschilder. Und wer da die Nase vorne haben will, der muss zu allen Mitteln greifen, die ihm diesen Vorsprung verschaffen. Nur erwischen lassen darf man sich dabei nicht. Das darf um Gottes Willen nicht passieren. Das schlägt schwer in das Kontor des Vertrauens ein. Aber was soll man machen? Wir können uns die Situationen nicht vorstellen. Da kaufen ständig Konzerne andere. So muss man darauf achten, nicht plötzlich gekauft worden zu sein. Die Börse will immer Spitzenwerte. Sonst wird man empfindlich abgestraft. Somit müssen gute Nachrichten produziert werden und das jedes Quartal. Und dann auch noch der politische und gesellschaftliche Druck. Die einen drängen einen dazu, immer mehr Personal einzustellen. Der Wettbewerb baut aber schadlos und unbeobachtet von der Öffentlichkeit Arbeitsplätz ab. Dann sollen natürlich historische Investitionen am Standort Deutschland getätigt werden. Der Wettbewerb hat längst die Landesgrenzen verlassen und kann andersorten noch besser wirtschaften. Somit geht der Druck, die Erwartung völlig an der Realität vorbei. Weil die Spielregeln völlig aufgeweicht sind. Keiner hält sich mehr dran und wir sollen päpstlicher sein als der Papst, aber ohne unangenehme Nebenwirkungen. Das nennt man, glaub ich, Doppelmoral. Nicht, dass ich nicht diese Praktiken verachte und verurteile, aber was hilft das? Wenn die Ziele falsch sind, die diese Menschen erzielen sollen. Und die Spielregeln alles andere als sinnvoll sind. Dann kommt das raus, was wir jetzt entsetzt betrachten. Da wird der Krieg gegen die Drogenkartelle eröffnet und was passiert? Den ärmsten Bauern wird die Lebensgrundlage genommen. Und mal ehrlich, wer kauft denn die Drogen? Und so geht es weiter und weiter, tiefer und tiefer in den Schlamassel der falschen Ziele hinein. Dabei müsste man nur die Ziele ändern und die Spielregeln für alle festzurren. Dann würde wir viel mehr mit dem Kopf nicken als schütteln. Aber wem sag ich das?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:04

Entregeln

Ich denke wirklich, es ist an der Zeit, dass wir uns entregeln. Was nicht bedeutet, dass wir uns nicht an Gesetzmäßigkeiten und Gesetze halten. Nein, dass wir nur sinngemäß anfangen, Regeln nach ihrer Sinnhaftigkeit zu hinterfragen. Denn Regeln sind Zäune bis hin zu Mauern, die wir ständig überwinden müssen, oder gegen die wir ständig stoßen. Mir fallen auf Anhieb viele Regeln ein, die völlig sinnentleert sind, an die sich aber sehr viele ständig halten. Weil man glaubt, es seien Regeln, die einzuhalten sind. Ich finde, in unserem Demokratieverständnis sind wir so weit, dass wir die zweite Phase erfüllen können müssen. Wir müssen selbst demokratische Entwicklungen einleiten. Man kann nicht immer darauf warten, bis der Gesetzgeber wieder neue Regeln aufruft, damit man anfäng, das zu tun, an dessen Richtigkeit man sowieso glaubt. Das Brechen mit Regeln impliziert aber das geistige Vermögen, zu entscheiden, dass man dabei nicht die Freiheiten anderer einschränkt. Aber nehmen wir mal das Kravatten Tragen. Was soll das? Eine Kravatte hat keinen Sinn. Aber die Vernunft lässt viele sich diese wieder und wieder jeden Tag um den Hals legen. Sinnlos. Nicht rauchen wo Nichtraucher sind. Mal ehrlich, dass gebietet die Definition von Freiheit, dass man natürlich nicht da raucht, wo man die Gesundheit anderer gefärdet. Tempo 130 auf der Autobahn. Warum warten wir auf Schilder? Wir können doch ohnehin in 95% aller Fälle nicht schneller fahren. Aufessen. Warum soll man den Teller leer essen, wenn einem nicht danach ist? Wählen gehen müssen. Warum soll ich wählen gehen, wenn es ein ebenso demokratischer Akt ist, wenn man den Parteien, die antreten, damit verdeutlichen will, dass niemand seine Stimme wirklich verdient hätte. Was meint Ihr, was los ist, wenn im Stadion nicht mehr 70.000 sitzen, sondern nur noch 3.000, weil das Spiel so langweilig geworden ist? Veränderung kommt durch Veränderung. Das eine leitet das andere

ein. Somit ist es wirklich an der Zeit, Regeln zu überprüfen und alle über Bord zu werfen, die nur einer alten Vernunft entspringen, aber keinen Sinn mehr ergeben.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Mittwoch, 18. April 2007

Danke

Auch dieses Jahr durften wir uns wieder für den LHI Performance Bericht 2006 verantwortlich zeigen. Hier eine Auswahl von Bildern aus dem Shooting. Das gedruckte Werk sagt inhaltlich den wenigstens an dieser Stelle etwas. Wer will, kann ihn sich ja über die LHI zukommen lassen: www.lhi.de. Es ist mittlerweile der 6te der durch unsere Hände und Köpfe geht. Jedes Jahr haben wir das gute Gefühl, uns zum Vorjahr verbessert zu haben. Jedes Jahr denken wir voller Respekt ans nächste. Wird uns das noch einmal gelingen? So auch dieses Jahr.Es ist nach unserer unmaßgeblichen Meinung der beste in der Reihe der letzten 6. Das müssen wir nicht, das wollen wir sagen. Und das liegt zu einem nicht unerheblichen Großteil weniger an uns, sondern umso mehr an unserem Kunden. Denn letztendlich bekommt der Kunden exakt, was er bestellt. Er hat bestellt. Wie jedes Jahr war sein und unser Ziel, das Vorjahr zu übertreffen. Deshalb sind wir sehr gespannt auf die Reaktionen. Innerhalb der LHI und natürlich auch außerhalb.Peter von Felbert hat mal wieder wunderbare Fotos gemacht. Das Konzept hieß "Leidenschaft". Wir wollten ausdrücken, dass nur Menschen mit persönlichen Leidenschaften auch täglich ebenso zu Werke gehen. Man muss schon ein Macher im wirklichen Leben sein, um auch einer in der Arbeitswelt sein zu können. Interesse lernt man nicht, das bringt man mit. Darum haben wir uns von allen fotografierten Mitarbeitern gewünscht, dass sie uns an den Ort bringen, mit dem sie die größte eigene Leidenschaft außerhalb der Businesswelt verbinden. Wir hoffen, dass diese Idee verstanden wird und dass der gewünschte Transfer auch stattfindet. Menschen, die von zu Hause aus das mitbringen, was man leider nicht lernen kann. Wir hatten am gesamten Job und vor allem am Ergebnis großen Spaß. Und schauen voller Zweifel schon auf das nächste Jahr. Was soll uns da noch einfallen? Aber wie sage ich immer so gerne: Let's cross the bridge when we come to the bridge. Und unserer ganz besonderer Dank gilt Daniela Grübel, der Marketingverantwortlichen auf Kundenseite. Mehr muss ich nicht sagen, sie weiß, warum. Kathi, ich habe dich nicht vergessen, aber ich wollte aus unserer Truppe keinen herausnehmen. Es ist note. Aber irgendwie bist du bei diesem Job besonders note.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 12:50

Eine gigantische Vorwurfsmaschine

Ein nicht geringer Teil oder Anteil bzw. eventuell ein Großteil der geschäftlichen und manchmal auch der privaten zwischenmenschlichen, aber auch immer wieder an ganz und gar nicht menschliche Aspekte, wie Geräte oder Umstände aller Art gerichtete Kommunikation besteht ausschließlich aus Vorwürfen.Man kann sagen, eine regelrechte, von gigantischem Ausmaß, ständige wachsende Vorwurfsmaschine rollt über uns hinweg. Und reißt uns alle mit. Wer ohne Vorwürfe ist, möge mit dem ersten Kommentar nach mir schmeißen. Eigentlich hat man das Gefühl, dass nichts richtig ist. Dass man es den Menschen aber auch gar nicht Recht machen kann. Egal, was man macht, sagt oder behauptet, zurück bekommt man mit absoluter und großer wahrscheinlichen Sicherheit einen Vorwurf.Den man dann schon fast erwartet hat. Diesen schmettert man dann gekonnt zurück. Entweder mit einen noch größeren Vorwurf, oder in dem man den ankommenden Vorwurf barsch mit voller Wucht zurückkatapultiert. Das geht dann so eine Weile hin und her, her und hin. Bis man meist völlig vergessen hat, was eigentlich der Auslöser war, oder was vor dem Vorwurf stand .Einen Vorwurf anzunehmen, heißt zugleich auch die Schuld auf sich zu nehmen. Welche, das bleibt oft unerkannt und im Dunkeln. Aber irgendetwas ist immer dran an so einem Vorwurf. Das ist wie Nudeln mit Tomatensoße essen und dabei ein weißes Hemd tragen. Da findet sich schon ein klitzekleiner roter Klecks.Das Austauschen von Vorwürfen ist zu einer regelrechten Hoch-Un-Kultur aufgestiegen. Es gibt ganze Institutionen, die den lieben langen Tag nichts anderes machen, als anderen Vorwürfe zu machen. Und auf Vorwürfe mit modernsten Mitteln und Formulierungen zu reagieren. Es gibt eine regelrechte Vorwurfsindustrie, die von den täglichen, stündlichen, ach, was schreibe ich, von den minutigen Vorwürfen lebt.Der Vorwurf hat, wie die Bedenken, den großen Vorteil, dass dieser aus der Luft gegriffen sein kann, darf und muss. Umso haltloser und unverfrorener der Vorwurf, umso bestechender seine Wirkung. Vorwürfe entstehen wie Gremlins, man muss nur einen gießen, dann entstehen aus dem Vorwurf viele neue wunderbare Vorwürfe.Ruft man jemanden an, was hört man zuerst? Einen Vorwurf! Öffnet man einen Brief, oder lässt den Blick über eine Mail schweifen, was kann das Auge zuerst erkennen? Einen Vorwurf! Egal, wohin man sieht, wohin man hört oder wo man ist, was einem todsicher in rauhen Mengen immer begegnet, sind Vorwürfe.Man stelle sich mal vor, man würde das 6. Gebot "Du sollst nicht töten" umformulieren in "Du sollt keine Vorwürfe machen, anderen nicht und dir selbst auch nicht." Denn das mit dem Töten, mal ehrlich, das schaue ich mir jetzt seit über 2000 Jahren an, dass klappt nicht. Obwohl man auch das mit dem Stehlen, oder Begehren austauschen könnte. Obwohl, eine vorwurfsfreie Welt ist ebenso undenkbar

wie eine ohne Töten, somit könnte man es als 11. Gebot einfügen, aber vor "Du sollst nicht töten", also als neue Nummer 6 der Gebote, töten fällt dann auf Platz 7 zurück. Und insgesamt gibt es dann eben 11. Wie beim Werbegott, der hat doch auch 10 + 1 Gebote. Als ob er es gewusst hätte. Mein Appell, mein Gebot der Zeit, mein Aufruf: Die absolut vorwurfsfreie Kommunikation allen und allem gegenüber. Geldstrafe gegen Vorwürfe verhängen. Einen Vorwurfskatalog erstellen, der alle Vorwürfe umfasst, die unter Geldstrafe stehen. Die erste vorwurfsfreie Gesellschaft werden. Was für eine brilliante Idee. Denkt mal darüber nach.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Dienstag, 17. April 2007

Wie weit?

Ich bzw. wir sind privat umgezogen. Das beschäftigt einen Menschen, auch mich. Zum einen ist ein Umzug mit Anstrengungen aller Art verbunden und dem gesellen sich noch eine Reihe von Gewaltakten hinzu. Bis hin zu finanziellen. Aber das einzige, was Mitmenschen interessiert, ist, wenn ich vom Umzug berichte: "Wie weit ist das weg von der Agentur?" oder: "Wie lange hast du es bis zur Agentur?" Am Anfang habe ich die Frage noch höflich beantwortet, aber als immer fortwährend dieselbe Antwort kam: Das ist ja ganz schön...! Dabei verstehe ich die Frage in dem Zusammenhang mit einem Umzug nicht. Meine Fragen lauten: "War es sehr anstrengend? Fühlt ihr euch wohl im neuen zu Hause? Wie habt ihr die ersten Nächte geschlafen?" Aber alles das will keiner wissen, sondern nur: Wie weit...? Früher habe ich es 35 Minuten weit gehabt. Dann wurde ein neuer Zubringer gebaut, seit dem fahre ich in der Regel 50 Minuten bis zu einer Stunde. Bis zur Autobahn waren es nur 2 Minuten, weil wir sehr nah an der Autobahn wohnten. Was natürlich Anlass zur Kritik gab: "Das ist ja ganz schön nah an der Autobahn. Ist die sehr laut?" Nun, am neuen Wohnort, kann man von der Autobahn nichts mehr hören, weil diese 10 Minuten weg ist. Was wiederum zur Kritik führt. "Das ist ja ein ganz schönes Gegurke bis zur Autobahn." Auf der Autobahn verbringe ich nun im Schnitt 15 Minuten, weil die Autobahn immer frei ist. Aber es sind mehr Kilometer. Aber die Nettozeit, die absolute Zeit, die ich auf der Autobahn verbringe, ist nun 15 Minuten weniger. Aber das interessiert keinen, weil 55 Kilometer von Tür zur Tür natürlich nach mehr klingt als 36 Kilometer. Obwohl die 36 Kilometer länger dauern. Das ist aber ganz schön weit! Der Weg durch die Stadt mit Parkplatzsuche ist unter 20 bis 40 Minuten nicht zu schaffen. Aber das interessiert keinen. Sondern was mir auffällt ist das unterschiedliche Lebenskonzept, jeder will dem anderen sein eigenes als das richtige verkaufen. Somit sind andere Konzepte natürlich nicht durchdacht. Und unverständlich. Aber niemand fragt nach den neuen Lebensumständen, der Lebensqualität. Fast niemand interessiert sich für mich bzw. uns. Sondern fast alle heucheln so ein Mitleid vor, wie weit wir jetzt vom wirklichen und richtigen Leben entfernt wohnen. Somit ist das ein weiterer Beweis dafür, dass man nicht von anderen Menschen erwarten sollte, dass diese ein Interesse daran haben, dass man selbst noch besser zu seinem Glück findet. Sondern ganz im Gegenteil, jeder verkauft dem anderen seine Situation nur als das non plus ultra. So sind wir nun mal. Das ist mir auch bei Urlaubgeschichten aufgefallen. Wenn man anfängt, vom Urlaub zu erzählen, drehen sich die ersten Fragen meist um die Reisezeit und die Reiskosten. Fast nie fragt jemand: "Und, war's schön?" Als ob die Menschen befürchten, dass andere Lebenskonzepte auch glücklich machen könnten. Schade, dass viele so offensichtlich aneinander vorbeileben. Und so tun, als ob sie sich so nah wären.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:17

Man müsste mal

Man hätte wissen können. Man sollte einfach. Kann jemand nicht mal? Man hat einfach nicht bedacht. Der dritte "Man", in der dritten Person. Da sitzen sie alle zusammen. Alle. Aber nur einer ist immer für alles verantwortlich. Nur einem kann man alles immer in die Schuhe schieben. Nur einer ist immer dran, Schuld und verantwortlich. Der unbekannte "man". Aber "man" ist nicht alleine, er hat einen Mitwisser, Mitmacher mit dem seltsamen Namen "Jemand". Jemand müsste da mal anrufen. Oder jemand sollte das mal runtertragen. Jemand hat dies oder das genommen. Also, dieser "Jemand" kann ganz schön einstecken. Was der alles getan und verbockt hat, geht auf keine Kuhhaut. Wir stehlen uns aus der Verantwortung und der Pflicht und wir entziehen uns dem Handeln, was dem Denken auf dem Fuße folgen sollten, wenn wir alles an Menschen deligieren, die noch nie jemand gesehen hat. Die keiner kennt. Vor allem machen die das alles, ohne einen Cent dafür zu bekommen. Sind nie krank und nie im Urlaub. Diese beiden unverwüstlichen Wegstecker kann man zwar immer und immer wieder ans Kreuz nageln, aber passieren wird doch nichts. Deshalb mein Tipp: Schmeißen Sie "Man" und " Jemand" sofort fristlos raus. Stellen sie die beiden umgehend frei. Und ersetzen diese durch "Ich" und "Du" bzw. "Sie/ Ihr". Sie werden sehen, es passieren Zeiten und Wunder, was dann alles plötzlich geht.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:13

Montag, 16. April 2007

Vorhersehung

Alles sind Indizien, die Aufschluss über die Persönlichkeit und den Charakter von Menschen geben. Es kann zur Obsession ausarten, wenn man dauernd versucht, der Vorhersehung zuvorzukommen. Das ist fast so schlimm, wie ein Hypochonder zu sein. Wenn nicht sogar noch schlimmer. Es gibt Menschen, die mögen ihren eigenen Körpergeruch nicht, deshalb überparfümieren die sich. Das ist Ausdruck des Selbstwertgefühls. Jemanden nicht riechen können ist schon schade, aber sich selbst nicht riechen können ist ein ernstes Problem. Dann können viele Menschen nicht mehr in die Augen schauen. Sie haben die Befürchtung, man könnte etwas aus diesen lesen. Deshalb tragen diese Menschen unentwegt Sonnebrillen. Und so geht es weiter. Alle Äußerlichkeiten und Sinneswahrnehmungen an einem Menschen und seinem Umfeld sind Zeugen. Zeugen davon, welchen Geistes die Person ist. Wenn ich in einem fremden Büro bin, schaue ich, was an den Wänden hängt, auf dem Schreibtisch steht. Welcher Bildschirmhintergrund, ich schaue auf alles, um mir ein Bild zu machen. Ebenso schaue ich auf die Bücher, die HiFi-Anlage, die CDs, auf die DVDs. Welche Kochbücher. Welches Geschirr. Es gibt nichts, was nicht einen entscheidenen Hinweis auf einen Menschen geben könnte. Schuhe. Türschilder. Welche Lampen an der Decke. Die Weingläser. Bilder an den Wänden. Alles ist Teil einer Person. Und sagt: Das bin ich, so bin ich. Oder so wäre ich gern, so soll ich gesehen werden. Beides für den geübten Betrachter kein Problem. Die Handschrift. Das Lachen. Wie jemand sich verabschiedet. Alles Hinweise auf den Menschen in dem Menschen. Ich mache das so gerne, weil ich die Menschen erreichen will. Berühren. Anstoßen. Das kann ich nur, wenn ich zu diesen vordringe. Oft belastet mich mein Wissen über Menschen, ich weiß dann für meine Verhältnisses einfach zu viel. Das will ich nicht, dass ist peinlich. Meine Neugierde treibt mich oft zu weit, zu tief in Persönlichkeiten vor. Aber was soll man machen, wenn man süchtig nach Merkmalen ist? Wie Muscheln am Strand sammeln. Das Mosaik der menschlichen Merkmale ist endlos groß. Deshalb werde ich auch nicht müde, ihnen auf die Schliche zu kommen. Jede Begnung ist eine Entdeckungsreise in Sachen Menschlichkeit. Eigentlich müsste mich ich jedesmal dafür bedanken, weitere Mosaikteilchen erhalten zu haben. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Strategie

Viele tun so, als ob sie die Strategie geradezu erfunden haben. Dabei ist die Strategie immer nur die Reaktion auf einen Vorgang. Wie reagieren nur. Wir glauben zu agieren. Aber in der Regel reagieren wir nur. Haben wir ein Hungergefühl, dann reagieren wir mit essen. Bei Durst mit trinken. Bei Geldmangel mit arbeiten. Es erfordert ein gehöriges Maß an Demut, für sich festzustellen, dass man eigentlich nur reagiert. Somit stellt das, was ist, genau das dar, auf das wir bereit waren zu reagieren. Großer Hunger, großer Durst? Oder große Wünsche, große Ansprüche, große Komplexe? Der Wunsch, dem Wunsch zuvorzukommen und agieren zu können, der erfüllt sich sehr selten. Aktion - Reaktion. Das war's. Zu mehr sind wir nicht im Stande und nicht fähig. Was uns offensichtlich und signifikant unterscheidet ist das Ausmaß der Aktion, die uns zu einer dem angesessen Reaktion antreibt. Wenn beim Schach keiner die Eröffnung spielen würde, würde auch keiner darauf reagieren können. Somit scheint auch beim Schach die beste Strategie zu sein, immer wieder am besten zu reagieren. Wie oft saß ich selbst da und dachte, meinem Kopf entspringt eine eigenständige Strategie. Um dann festzustellen, durch welche Aktion diese ausgelöst wurden. Man überlegt nicht ständig neue oder andere Strategien, wenn nichts vorgefallen ist. Somit sind wir zur Prävention gänzlich ungeeignet. Wir sind nur zur Reaktion fähig. Das muss einem klar sein. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:00

Sonntag, 15. April 2007

Blomberg rauf und runter

Die Berge rufen wieder. Wunderbar. Nicht mehr zu überhören waren die letzten Tage die unwiderstehlichen Rufe der Berge. Man konnte das förmlich spüren. Komm rauf, damit du runter sehen kannst. Also, wir konnten nicht mehr anders. Das Wanderjahr fängt ja unglaublich an. Verspricht eine riesen Saison zu werden. Schauen wir mal.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 16:31

Sensation! Einzigartige Doppelfluggeräteluftaufnahme aus meiner Serie der weltberühmten Luftaufnahmen

Freitag der 13 April 2007. 15.52 Uhr. Alpenvorland. Was für ein Glücksmoment. Zwei auf einen Schlag. Segelflieger und Paraglider in einem Bild. Sagenhaft und sensationell. Das hat das Zeug zu einem Foto mit unermesslichem Sammlerwert. Oder?Das muss man gesehen haben? Für alle mit einer schlechten Bildschirmauflösung, Sehschwäche und verdrecktem Bildschirm:

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 16:14

Freitag, 13. April 2007

Erotik

Wie wichtig Erotik für uns in unserem Leben ist, erleben wir ständig an uns selbst. Wieviele Blicke oder Gefühle streifen uns im Laufe eines Tages? Viele. Überall posieren diese schönen Menschen um uns herum. Sogar die eine Tagesschausprecherin, ich möchte jetzt nicht sagen welche, fällt mir auf. Erotik ist wie ein schöner, warmer Wind, der plötzlich durch uns durch zu wehen scheint. Trotzdem hat Erotik nicht viel Platz in unserem Leben. Die Zeit, der Raum ist knapp bemessen. Was ein Indiz dafür sein kann, dass Erotik immer mehr mit Sexualität verwechelt wird. Sogar in der Werbung. Wo es noch früher prickeln sollte, muss heute schon etwas in einen gefahren sein. Es wäre schade, wenn wir den Sinn für die Erotik verlieren würden. Denn wir verlieren den Sinn für das Schöne. Aber es entspricht unserer Zeit, dass wir weitesgehend versuchen, Beziehungen ohne Erotik nur mit Sex aufrecht zu erhalten. Was natürlich auf Dauer zum Scheitern verurteilt ist. Man kann auch nicht die Sympathie von Kunden für sich gewinnen, ohne mit ihnen in Kontakt zu treten, zu kommunizieren. Wir müssen etwas von uns preisgeben, in der Hoffnung, dass dies auf Gegenliebe stößt. Ist es nicht von uns, dann könnte diese Gegenliebe irreführend sein. Die Glaubwürdigkeit der Gefühle steht schon lange auf dem Spiel. Die Werbung, die Politik und eigentlich auch alle anderen Institutionen haben den Bogen weit überspannt. Was dazu führen muss, dass derselbe Bogen an Treffsicherheit verlieren muss. Was er sichtbar tut. Die Institutionen treffen ihre Zielgruppen nicht mehr ins Herz, sondern schlagen diese nur noch vor den Kopf. Und wundern sich, dass die erhoffte Gegenliebe ausbleibt. Somit ist die Erotik zwischen uns Menschen das, was die Sympathie für die Werbung ist. Keine Beziehung ohne Erotik. Kein Deal ohne Sympathie.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Adressvergewaltigung

Keine Frage, dass die Qualität der Adressen, die man inne hat, maßgeblich die Qualität des Outputs beeinflusst. Wissen tut das jeder, glauben kann das kaum einer. Quantität spielt hierbei keine Rolle, sondern nur die Qualität bringt den erwünschten Erfolg mit sich. Trotzdem gehen Unternehmen vor allem mit den Adressen um, dass einem schlecht wird. Eines der wichtigsten Kapitale in einem Unternehmen verschimmelt, verdunstet, bläht sich auf, versiegt, versickert und verendet. Und jedes Mal soll alles anders werden. Jedes Mal nimmt man sich vor: Jetzt pflegen wir unseren wichtigsten Schatz. Und jedes mal passiert außer großer Ankündigungen und Versprechen nichts. Die Investments, die geleistet werden, laufen zudem in die völlig falsche Richtung. Alte Adressen werden achtlos liegengelassen und neue werden eingekauft. Oder man macht mit den alten weiter, so gut es geht. Es schenit so, dass wir geistig an Mengen-Kapazitäten stoßen, die wir nicht mehr erfassen und deshalb erkennen können. Die Massen von Dokumenten, E-Mails, Bildern und auch Adressen überfordern unser Vorstellungsvermögen. Die Mengen vergrößern sich und das auch noch schneller. Aber qualitative Aspekte gehen dabei völlig den Bach runter.Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Donnerstag, 12. April 2007

Werbung - Quo vadis?

Wer nicht wirbt, der stirbt. Sagt man in der Werbebranche. Wer zuviel und falsch wirbt, stirbt aber auch. Das sagt man nicht nur in der Werbebranche. Somit gibt es Parallelen zwischen der Entwicklung der Ernährungsgewohnheiten in unseren Breitengraden und der Entwicklung der Werbung. Das Thema falsche Ernährung und Essstörungen kann man 1:1 auf die Werbung übertragen. Somit kann ein Unternehmen durch falsche Werbung am Herzinfakt sterben. Zu fett, zu stressig und zu unbeweglich. Wenn ich den Jingel der Telekom höre, denke ich unweigerlich an einen Tinnitus. Und wenn ich das Marketingregiment der Controller mir so ansehe, denke ich unweigerlich an Bulimie. Somit unterliegt die Werbung den gleichen Gesetzmäßigkeiten wie die gesunde Ernährung, der gesunde Lebenswandel in Bezug auf Unternehmen. Bewegung tut gut. Ausgewogene, ballastreiche Ernährung. Negativen Stress vermeiden. Viel Wasser trinken. Das Problem, das sich offensichtlich noch darstellt, sind die Fast-Food-Agenturen. Und die schlechten Essgewohnheiten. Welche zu ändern den Unternehmen den Angstschweiß auf die Stirn treibt. Wenn die nur biologisch hören, oder ökologisch, dann denken die sofort an nicht checken und verhungern. Die können sich nicht vorstellen, wie gut sich ein Unternehmen anfühlt, das durch und durch gesund ist. Was für eine positive Ausstrahlung von diesem Unternehmen ausgeht.Also, zügelt und kontrolliert eure Werbegewohnheiten. Werbt gesund und bewegt euch mehr. Mehr auf die Kunden und Mitarbeiter zu. Die fetten Jahre sind nicht nur vorbei, sie sind ein Zeichen auch dafür, wer mit der Zeit gehen kann und wer stehen bzw. auf der Strecke geblieben ist. Es ist Aufgabe aller Verantwortlichen in einem Unternehmen, für das Unternehmen so zu sorgen, dass es zeitgemäß in Erscheinung tritt. Also weniger auf die Aufmerksamkeit achten, mehr auf die Werbewirkung. Nicht die Menge, also mehr Werbung, ist gesund für das Unternehmen, sondern die richtige Werbung. Wer will schon von einem fetten, alten Unternehmen was kaufen, das raucht, nach Schweiß stinkt, schlecht gekleidet ist, Mundgeruch hat, trinkt und kurzatmig ist? Das durch und durch ungesund aussieht und sich nicht keinen Zentimeter bewegt? Vor allem nicht in den Wünschen und Bedürfnissen auf den Kunden zu?Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:32

Dennis-Prinzip

Make the best out of it. Dennis Rodmann (ehemaliger Basketballer in der NBA) verkörpert wie kaum ein anderer, dass nicht nur Allround-Vollkommenheit zum Ziel führt, sondern auch individuelle Qualitäten. Mr. Rebound hat unter beiden Körben alles gepflückt, was nicht drin war. Diese Fähigkeit hat er so perfektioniert, dass er zu einem wichtigen Bestandteil eines jeden Teams wurde, in dem er spielte. Als Allrounder im Basketball selbst hätte er es sicherlich kaum in eine Profiliga geschafft. Aber weil man mit Offensive nur Spiele gewinnt und mit Defensive Titel, war er zumeist da zu finden, wo die jeweilige Meisterschaft zu feiern war. Seine individuelle Stärke unter beiden Körben hat ihn somit an Ziele gebracht, die er alleine und als kompletter Spieler nie erreicht hätte. Oder als jemand, der in einem Team nur für eine einzige Sache verantwortlich ist. Im Business gibt es solche Konstellationen überall. Die meisten wollen natürlich der Frontmann sein. Nur wenige sehen sich als Teamspieler. Somit haben wir es entweder mit Menschen zu tun, die mit ihrer Rolle und den Ansprüchen, die diese an sich selbst stellen, überfordert sind, oder die frustiert sind, weil sie die zweite Geige spielen müssen. Das Angleichen an ein mögliches Ideal stellt ein Problem dar. Es zieht die Qualität des gesamten Unternehmens nach unten. Das individuelle Stärken Sehen, Einsetzen und Fördern hingegen stellt die Zukunft dar. Es gilt nur, diesen individuellen Meistermachern, die nicht so im Rampenlicht stehen, den entsprechenden Respekt zukommen zu lassen, sonst entwickeln diese Allüren wie Dennis the Menace, der abseits und manchmal auch auf dem Platz alles getan hat, damit Menschen seinen Anteil am Erfolg würdigen. Aber die haben nur Michael Jordan gesehen. Trotzdem, für mich ist er der Prototyp des Individualisten, der das Beste aus seinen Möglichkeiten gemacht hat. Was will man mehr?Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:29

Mittwoch, 11. April 2007

Ein Meer der Gefühle

Sie beherrschen uns. Gefühle. Egal, wie gefühlskalt, oder wie nah wir am Wasser gebaut sind, es sind die Gefühle, die uns lenken. Sie sind schon da, bevor wir in Gedanken angekommen sind. Sie haben bereits ein Urteil gefällt, bevor wir angefangen haben, darüber nachzudenken. Sie entscheiden aus dem Bauch herraus, was der Kopf nie wagen würde. Die Gefühle machen uns zu Menschen und zu Lebewesen. Kein Moment vergeht ohne Gefühle. Immer sind die Sensoren auf Empfang. Jede Schwingung nehmen sie auf. Gerüche. Formen. Lautes und Leises. Und alles nebenbei, unbewusst und einfach so. Die Welt der Gefühle ist um ein Vielfaches größer und komplexer als die Welt, in der wir leben. Die Realität, in der wir uns bewegen, ist im Gegensatz zu dem, was wir dabei fühlen, nur ein winziger Ausschnitt. Unsere Sinne habe die Fähigekeit einer komplexen Wahrnehmung, die jenseits unserer Vorstellungkraft liegt. Vieles haben wir längst schon einmal gerochen, bevor wir es bewusst tun. Einen kleinen Einblick gewinnt man dann, wenn man auf Menschen trifft, denen ein oder mehrere Sinnesorgane abhanden gekommen sind. Welche außerodentlichen Fähigkeiten diese entwickeln, um die fehlende Sensorik auszugleichen.Wer Werbung macht, appelliert an die Gefühle. An die gesamte Gefühlswelt. Ich glaube, die wenigsten wissen das. Noch weniger glauben das. Und die allerwenigsten können das. Ernsthaft an die Gefühle zu appellieren, positiv, überzeugend, gewinnend und sympathisch kann ich nur selten erkennen. Warum kann der Mensch nicht einfach an das Glauben, was ihn ohnehin beherrscht?Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:02

Das haben wir nun davon - Angsthasenland

Seit über 2000 Jahren wird das Individuum Mensch in Mitteleuropa auf Angst programmiert. Keine Zeitschrift, keine Nachrichtensendung schürt nicht neue Ängste. Von allen Seiten werden neue Fronten der Angst eröffnet. Es werden sogar Ängste erfunden, um die Lenkungsfunktion der Massen weiter im Griff zu haben. Fällt ein Kind in den Pool und ertrinkt, dann wird jede Pfütze zum Todesbringer. Krankheiten werden erfunden. Angstmelder, wohin man sieht. Mit der Angst ist eben am besten Geld zu machen. Die Kirche hat dieses Prinzip 2000 Jahre sehr erfolgreich in Szene gesetzt. Die Politik hat sich ebenso daran gehalten. Warum soll dieses beste aller Erfolgsrezepte vor der Wirtschaft halt machen? Somit wird nie eine Tagesschau mit 35 Neugeborenen in Berlin beginnen und den glücklichen Eltern, sondern immer mit 5 Toten am anderen Ende der Welt. Sogar im Radio wird jede Gerichtsverhandlung eines Kinderschänders bis in Detail live vor Ort erörtert. Angst hat keine Grenzen. Und wenn, dann wird man auch diese einreißen. Wie haben Angst vor allem, was uns umgibt. Alles kann unser Leben negativ beeinflussen. Bis hin zu beenden. Die Gasheizung? Das Auto? Die Medikamente? Der Alkohol? Das Essen? Die Arbeit? Das Flugzeug? Der Strom? Sogar herabstürzende Äste können uns gefärden. Wir sind umgeben von Gefahrenquellen. Wir sind alle in Gefahr. In Lebensgefahr. Und für die gibt es unendlich viele Produkte und Dienstleistungen. Nicht, um die Ängste zu bewältigen, nein, um sie zu nähren. Erst der Anblick von 25 Rauchmeldern macht uns klar, dass wir in Lebensgefahr sind. Erst die ganzen Videoüberwachungskameras, die uns auf Schritt und Tritt begleiten, machen uns klar, dass wir gerade noch mal davon gekommen sind. Der Check-In macht jeden Flug zum Todesflug, den wir um Haaresbreite gerade noch überlebt haben. Ängste, wohin man tritt und wohin man blickt. Wer sich diesen Ängsten entzieht, lebt nicht in der Realität. Wird selbst zur Gefahr für andere. Nur wer alle Ängste kontrolliert, hat die Chance, ein voll akzeptiertes Mitglied unserer Gesellschaft zu sein. Man stelle sich mal vor: Ein Auto aus den 60ern, ohne jegliche Sicherheitsmerkmale. Ein Bauernhaus ohne jeglichen Brandschutz. Keine Angst, den Job zu verlieren. Keine Angst vor Krankheiten. Keine einzige Versicherung. Keine FI-Schalter im Haus. Keine Sicherheitsschlösser. Alle Attribute der Angst einfach zu übergehen und zu übersehen. Diese Menschen sind doch in großer Gefahr. Und eine große Gefahr. Ich denke, diese ganze Konditionierung und Programmierungen der Massen von Ängsten hat aus uns ein Heer von Angsthasen gemacht. Wir zittern schon, wenn der Wind stärker wird. Wenn der Regen stärker wird. Wenn ein Gewitter aufzieht. Wenn es zu schneien beginnt. Wie haben Ängste beigebracht bekommen, von denen wir noch gar nicht wissen, ob die Gefahr überhaupt existiert. Wie schauen wir auf Nahrungsmittel? Wie auf unsere Mitmenschen? In allem steckt die Gefahr und aus der lässt sich ein Produkt oder eine Dienstleistung ableiten. Angst fressen Seele auf. Werden wir zu einem Volk ohne Seele? Und wie sehr sind wir auf Dauer Völkern unterlegen, die diese Ängste nicht haben? Und vor allem, was ist das für eine Lebensqualität, wenn man eigentlich ständig mit Ängsten umgehen muss? Das Schlimmste an diesen instrumentalisierten Ängsten ist, dass wir das Gefühl für die echten Gefahren verloren haben. Und dass die Instrumente

gegen die instrumentalisierten Ängste stumpf und sinnlos sind.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Dienstag, 10. April 2007

schriftsteller

Geschrieben von Peter von Felbert in Menschen um 18:59

Die teure Überheblichkeit

Es ist eine Unart in unserer Gesellschaft, dass derjenige, der zahlt, oder sich in der überlegeneren Position glaubt, meint, auch über ein besseres Wissen zu verfügen. So kommen Privatpatienten in Krankenhäuser gestürmt, mit 20 Seiten Ausdrucken aus dem Internet, und unterweisen den Arzt mit ihrem Halbwissen. Kennen ist eben nicht können.Aber das ist den Mensch völlig egal. Die Kompetenz, die sich Menschen angeeignet haben, wird einfach übergangen. Man selbst weiß eben alles besser. Wie demütigend muss das auf die Wissenden wirken. Warum über Jahre einen Erfahrungsschatz anhäufen, wenn man den Deckel getrost zulassen kann? Anmaßend ist das. Und vor allem respektlos. Da spielen sich Menschen als alles mögliche auf, als Arzt, Architekt, Anwalt, Therapeut, Fotograf, Texter uns so weiter. Andere haben, um diesen Titel würdig vertreten zu können, Jahre ihres Leben investiert. Mit dem Ergebnis, dass der Markt mit Halbwissen, Geschmacklosigkeit und Unvernunft überhäuft wird. Einbildung ist zur höchsten Form der Bildung aufgestiegen. Wer es sich leisten kann und/oder die entsprechende Position inne hat, glaubt, alles zu können. Obwohl er im großen und ganzen nur einen winzigen Ausschnitt kennt. Das sind Entscheidungen auf niedrigstem Niveau. Das sind alles Entscheidungen, die uns teuer zu stehen kommen. Woher soll er nur kommen, der Respekt vor der Leistung anderer? Woher nur?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:02

Kunst = emotionale Qualität

Meine Definition über die Kunst lautet: Kunst ist gleich emotionale Qualität. Qualität im Allgemeinen basiert fast ausschließlich auf numerischen Werten. Sogar Rotwein muss in Punkten bewertet werden, damit wir Qualität manifestieren können. Ebenso gibt es tausende von Rangreihen und Tabellen und Zertifikaten, bis hin zu Auszeichnungen aller Art, die Qualität numerisch für uns greifbar machen. Testsieger oder Verlierer. Somit ist Qualität solange subjektiv, bis jemand ihr eine numerische Zuordnung gibt. Da es aber laut meiner Theorie neben allen numerischen Werten ebenso einen emotionalen geben soll, so gibt es auch eine emotionale Qualität. Das ist die Art von Qualität, die keinerlei numerischer Herleitung bedarf, sonder die wir nur fühlen können. Es gibt emotionale Qualitäten in allem, was wir sind und tun. Wir sind dem einen mehr zugeneigt und dem anderen weniger. Die Erklärungen sind ebenso haarsträubend wie die der numerischen Qualitäten. Denn letztendlich bleiben beide subjektiv. Denn die Qualität ist nicht nur abhängig von dem, der sie herstellt, oder dem, der sie bewertet, oder dem, der sie vertreibt, sondern auch von der Fähigkeit und Bereitschaft zur Wahrnehmung.So kann hohe Qualität stark abfallen bei Menschen, die sich der Qualität nicht bewusst sind. Und niedrige Qualität kann sehr hoch bewertet werden von Menschen, die sich den einzelnen höheren Qualitätsstufen und -Niveaus nicht bewusst sind. Die Kette der Qualitätswahrnehmung hat deshalb viel von Stille-Post. Es gibt ein Feld, in dem wir diese emotionale Qualität erkennen können. In der Kunst. Denn was dem einen gefällt, muss dem anderen noch gar nicht gefallen. Was wertvoll ist, dem ergeht es ähnlich. In der Kunst ist das von hoher Qualität, was teuer verkauft wird. Aber in uns drin bemerken wir intuitiv, dass hier die Schere weit auseinander geht. Und dem ist auch so. Keine Welt spiegelt so sehr die Gegenwart von emotionaler Qualität wider, wie die der Kunst. Hier spüren wir, was wir schön finden und was nicht. Was uns nachdenklich macht, irritiert oder zum Lachen bringt. Was uns schockiert bis hin zu auf- und erregt. Wir können uns diesen Gefühlen nicht entziehen. Schreiten wir durch eine Ausstellung, dann bauen wir zu jedem Gemälde eine emotionale Beziehung auf. Von kurzer Dauer oder länger. Tiefer oder oberflächlicher. Aber wir können unmöglich so tief in das Kunstwerk eindringen, wie wir es oft eventuell gerne möchten. Das bleibt schon dem Künstler vorbehalten. Aber die Existenz der emotionalen Qualität ist hier spürbar bis hin zu greifbar. "Das ist doch keine Kunst!" "Das hätte ich auch gekonnt!" Diese Äußerungen zeigen, wie stark Kunst uns emotional erreicht. Aber auch das fassungslose Hineintauchen in Gemälde voller Bewunderung

drückt dieses abstrake Gefühl aus. Das Gleichgewicht der rationalen und emotionalen Qualität ist im Laufe der Zeit in Schieflage geraten. Wie sollte es auch anders sein, wenn die emotionale Qualität völlig unterdrückt und somit ins Hintertreffen gerät? Ausdruck dieser Schieflage ist der Kunstmarkt, dieser ist unkontrollierbar geworden. Es hat sich ein Rudel gebildet. Was die Kritik und das Geld in die Höhe hebt, ist wertvoll. Alles andere wertlos. Nicht unser Gefühl bewertet, sondern, wie beim Wein, lassen wir es zu, dass andere unsere Gefühle bewerten. Was der Kunst nicht zuträglich ist. Denn eigentlich lebt sie von der totalen Freiheit der emotionalen Qualität. Somit bewundern, sehen und kaufen wir oftmals das, was man uns dafür vormacht. Das spüren wir. Und weil es jeder spürt, dass man ihm nichts vormachen kann, deshalb komme ich zu dem Schluss: Kunst = emotionale Qualität. Diese Theorie läßt sich 1:1 auf viele andere Qualitäten übertragen, auch in der Geschäftswelt. Und weil wir das spüren, müssen wir lernen, es zu wissen und in unserer täglichen Begegnung mit Qualitäten uns immerzu Fragen: Wie wirkt diese Qualität abseits aller numerischen Bewertungen auf mich? Qualität ist nicht nur ein Ziel, sonder auch ein Gefühl, das den Anspruch an die Qualität bestätigt. Und in den meisten Fällen, bei denen von Qualität die Rede ist und diese sich auch noch über Zahlen versucht zu beweisen, fehlt es an der nötigen Portion emotionaler Qualität.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:00

Donnerstag, 5. April 2007

Frohe Ostern! Da könnt Ihr lange suchen, Dienstag geht es erst weiter.

Freitag, Samstag, Sonntag und Montag, müsst Ihr ganz stark sein. Da sind wir nämlich alle abgetaucht. Im Namen der Familien. Der Umzugsregeneration. Der Feierlichkeiten. Somit verschiebt sich unsere Blog Auferstehung um genau einen Tag auf Dienstag. Wir wollten da niemandem in die Quere kommen. Also, schöne Feiertage und bis nächste Woche Dienstag.

Wer über die Tage mal etwas Zeit findet, kann ja in den Beiträgen vergangener Tage stöbern. Da gibt es auch paar dicke Dinger zu finden. Hier und da haben wir auch schon mal uns ein echtes Ei ins Nest gelegt. Sind auf mehrere Eier des Columbus gestoßen. Oder anderen auf die Selben gegangen. Oder ... ach sucht doch selbst. Es ist Ostern. Grüße. Bild: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 15:48

Tod

Die Menschen träumen und planen aber auch alles. Vor allem das, was am Ende nicht eintritt. Ich kenne Menschen, die haben in Gedanken hunderte und tausende von Häusern gebaut, leben aber bis auf weiteres zur Miete. Wieviele Singels planen schon wieder die nächste Partnerschaft, die es dann sicherlich auch wirklich wird. Der Mensch plant alles, nur eins nicht: seinen Tod. Und mal Hand aufs Herz - gibt es eine sicherere Annahme im Leben eines Menschen als den Tod? Die Pharaonen waren uns da ein gutes Stück voraus. Die fingen kurz nach der Geburt an ihre letzte Ruhestätte zu bauen. Da feiern Menschen 90 Jahre Geburtstage. Jedes Firmenjubiläum ist festlicher als der Gang in die Urne. Schon seltsam. Da baut man sich Traumschlösser und geht dann in der Holzkiste wie in ein Reihenmittelhaus nur in 3 Meter Tiefe. Und die letzte Anzeige, die vom großen Verlust spricht, ist ein 2-Spalter schwarz weiß. Erst im Tod erkennen wir, was das Leben wirklich Wert war. Und dann sind auch noch alle traurig. Man geht und der letzte Eindruck, der bleibt, ist ein todtrauriger. Dabei könnte man doch den Tod perfekt planen. Zelebrieren, um den Menschen die Angst vor dem Leben zu nehmen. Wenn der Tod schon so geil ist, wovor soll man dann im Leben Angst haben? Aber unser Tod ist erbärmlich, grotesk, jämmerlich und kleinlich. Die Erben riechen fette Beute, das Finanzamt gleich mit. Das Ziehen und Zerren um den Nachlass ist immer hässlich. Ein Grund mehr, um für den Tag X sicherzustellen, dass alle besser mal das Erbe ablehnen sollten. In der westlichen Welt ist gerade die Tatsache, wie wir mit dem Tod umgehen, ein sehr deutliches Zeichen dafür, dass im Leben schon was nicht stimmt. Jeder stirbt. Und jedes Mal tun alle so, als ob es unerwartet kommt. Kein Wunder, wir haben uns ja auch nicht darauf gebührend vorbereitet. Es müsste D-Day-Planer geben. Die dann dafür sorgen, das doppelseitige Anzeigen geschaltet werden, die den Menschen, der jetzt gehen darf, in seiner ganzen Würde zeigt. Verbunden mit dem, was er liebte, sein Lebensmotto, sein Lieblingsort, Bild, Musik oder was auch immer. Und dann 3 Tage eine Party, dass die meisten von Glück sprechen können, dass sie nach diesen 3 Tagen wieder auferstanden sind. Der Tod ist ein so fundamentaler Bestandteil unseres Lebens, dass man sich wirklich besser darauf vorbereiten sollte. Viel besser. Somit gäb es im Alter auch viel mehr Anlässe zu feiern. Denn wenn man älter wird, dann wird die Friedhofstagedichte immer höher. Bis alle am eigenen Grab stehen. Das ist wie in jungen Jahren mit den Paaren. Und dann mit den Kindern. Und dann mit den Scheidungen. Wir sollten dem Tod eigentlich souveräner entgegen treten. Denn er kommt. Was man von vielem anderen im Leben leider nicht mit Gewissheit sagen kann. Ich möchte mich hier nicht falsch verstanden wissen als jemand, der den Tod verherrlichen will. Nein, ich will ihn feiern wie den Abschluss eines Lebens. Wenn der Dirigent den Taktstock senkt, braust ja auch Applaus auf, obwohl das Konzert soeben zu Ende geht.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:50

Standard I

Alle, die umziehen wollen, müssen oder dürfen, von einem Ort zum anderen, mit Sack und Pack, denen begegnet ständig und immer wieder eine Standard-Formulierung. Egal, ob beim Amt, beim Umzugsunternehmen, bei jeglichen An- und Ummeldungen. Beim Ein- und Auspacken. Beim Erwerb von neuen Einrichtungselementen oder dem Verkauf von alten. Ständig schauen einen Menschen an und entgegnen einem mit diesem Blick der Erkenntnis: Drei Mal

umziehen ist wie ein Mal abgebrannt. Das soll aus dem Russischen kommen. Und jedes Mal glaubt die Person, die einem diese Lebensweisheit entgegenschleudert, sie sei die erste. Und im gesamten Zyklus eines Umzugs bleibt das auch so. Aber dem ist nicht so, jeder sagt das. Der Maler, der Telekom-Mensch, die Putzfrau, der Postbote, die Kindergärtnerin...alle. Eben ein echter Formulierungsstandard. Ein Klassiker unter den Formulierungsstandards. Eine echte Floskel. Man kann sie zwar schnell nicht mehr hören. Aber irgendwie wartet man bei jeder erneuten umzugabhängigen Begegnung ab: wann kommst du? Du, du Floskel aller Umzugsfloskeln. Man müsste mal die Zeit stoppen. Ganz weit vorne sind Teppichläden. Da ist man noch nicht drin und schon schallt es durch den Verkaufsraum: " Drei mal ....

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:49

Mittwoch, 4. April 2007

Das ist überhaupt nicht witzig

Ich habe ein großes Problem - mit Witzen. Jetzt ist es raus. Zum einen kann ich mir keine merken. Zum anderen mag ich Witze nicht. Wenn Abende dazu übergehen, dass jemand Witze erzählt, ist der Moment gekommen, an dem ich mich verabschieden muss. Und zwar schleunigst. Wenn Witze aufkommen, gehe ich ab. Denn Witze sind der Beweis dafür, dass die Stimmung an einem Punkt angekommen ist, an dem die Gegenwart von Menschen nur noch als tragisch bezeichnet werden kann. Witze zeigen das Ende geistiger Gegenwart auf. Wenn es keine lustigen Begebenheiten aus der realen Welt mehr zu erzählen gibt. Und die Langeweile sich wie ein bleierndes Tuch über die Gesellschaft legt. Dann ist die Zeit der Witze und der Witzeerzähler gekommen. Witzigerweise sind das Menschen, die zuvor durch nichts, aber auch gar nichts auffielen. Als ob sie die Stimmung wie ein schwerer Anker selbst mit nach unten gezogen hätten, damit ihre Stunde eingeläutet wird. Es gibt viele Arten von Witzeerzählern. Die einzige, die ich ertragen kann, wenn es sein muss, sind die ganz schlechten. Die jede Pointe töten. Das macht mir großen Spaß. Diese Gattung der besonderen, noch zu ertragenden Witzeerzähler nenne ich einfach: Eltern.Dann gibt es die Schlüpfrigen. Das sind die, die nur unsäglich peinliche, schlüpfrige Witze zum Vorschein bringen. Meistens frauenfeindlich. Meistens bezeichnend. Dann gibt es noch die Intoleranten. Das sind Witze, die politisch dumm sind und meistens sich auf dem Rücken von Minderheiten ausrollen. Schwule, Türken und so weiter. Witze sind für mich das Ende der Geselligkeit, dann, wenn aus Gemeinschaftssinn ein Zwang wird. Man muss dann mitlachen. Obwohl man nur Empörung empfindet. Besonders schlimm sind die Hirachiewitze, wenn Chefs loslegen und alle anderen so tun müssen, als ob es unglaublich komisch sei. Also, für alle die mich loswerden wollen, einfach anfangen, Witze zu erzählen. Ich kenne nur einen, den kenne ich seit über 30 Jahren. Und der geht so: Treffen sich zwei Tiere im Wald. Sagt das eine Tier zum anderen: "Hallo, was bist du denn für ein Tier?" "Ich? Ich bin ein Wolfshund." "Was ist das denn?" "Meine Papi war ein Wolf und meine Mamie ein Hund." "Ach so!" "Und was bist du für ein Tier?" "Ich? Ich bin ein Ameisenbär." ?!.....Ach komm!

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:02

Nicht zu helfen

Man kann bei der Betrachtung seiner Umwelt getrost von sich selbst ausgehen. Man selbst kennt sich am besten. Auch wenn diese Wahrnehmung rudimentär ist, so ist sie dennoch umfangreicher als das, was wir glauben zu kennen, zu können und zu wissen. Und einem selbst ist in der Regel nicht zu helfen. Man weiß es genauer, besser und richtiger. Und alles andere sind eben Erfahrungen, die man sammeln darf, soll und muss. Try and Error bestimmt unser ganzes Leben. Dabei haben 99 % aller Begebenheiten schon andere Menschen durchlebt. Nur an einem anderen Ort, zu einer anderen Zeit. Somit sind diese Hilfestellungen für uns unbrauchbar. Da müssen wir selbst durch. Jeder muss selbst einen Stromschlag bekommen und auf die Herdplatte greifen. Prävention ist nicht unser Ding. Außer man gibt sie uns mit auf unseren Lebensweg, durch den Tick einer Mutter zum Beispiel. Woher hat man wohl Angst vor Spinnen oder dem Gewitter? Von der Mutter. Somit sind wir alle gleich. Gleichermaßen ist uns nicht zu helfen. Das müssen wir schon selbst erledigen. Diese Erkenntnis stürzt einen im Job und im Leben kurzfristig in eine echte Sinn- und Lebenskrise. Denn ist man nicht dazu aufgefordert und berufen, anderen zu helfen? Um dann festzustellen, dass diese Hilfe niemand wirklich will. Sondern jeder pocht auf das Recht, seine eigenen Erfahrungen machen zu dürfen. Hat man das mal begriffen, dann geht es einem schnell besser. Denn man kommt hinter ein weiteres Geheimnis des Lebens: Hilf dir selbst, sonst hilft dir keiner. Dabei gilt für ein erfülltes Leben nur zu beachten, dass diese Anleitung zur Selbsthilfe nicht die Anleitung zum Egotripp ist. Nicht das Anhäufen und Sammeln von Begehrlichkeiten aller Art verbreitern den Weg des Lebensglücks.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Dienstag, 3. April 2007

Theoretisch ist alles klar

Unsere Welt wird zunehmend von gut gemeinten Annahmen gelenkt. Von sehr überzeugenden theoretischen Annahmen. Mit ebenso überzeugenden und schlüssigen Argumentationsketten. Aber am Ende kommt dann doch immer alles anders als gedacht. Und auch dafür gibt es immer die passenden theoretische Erklärungsversuche. Ein Plan klingt immer gut, wenn er von einem selbst ist. Niemand denkt sich einen dummen Plan aus. Man selbst hat immer einen guten, wenn nicht sogar den besten. Aber wie heißt es so schön: Wenn Du den lieben Gott zum Lachen bringen willst, dann erzähle ihm, du hast einen guten Plan. Ich möchte nicht den Eindruck erwecken, dass man sich keinen Plan machen sollte. Nein, nur dass jeder Plan nur so gut ist, wie die praktischen Ergebnisse belegen. Es gibt theoretisch sicher 1000 Mal soviel Erfolgsstorys und Millionäre, als es sich in der Praxis dann rausstellt. Der Plan ist nicht mehr als ein Bekenntnis. Somit ist jeder Plan nur so gut, bis er durch einen besseren ersetzt wird. Was nützt es mir, an einem schlechten Plan festzuhalten, wenn ich einen besseren vor Augen habe. Diese Fähigkeit zum Umdenken bringen leider zu wenige mit. Die gehen lieber mit einem schlechten Plan unter, als diesen immer wieder so zu verbessern, bis er letztendlich funktioniert. Den Plan zu ändern, verwechseln viele mit der Schwäche nicht durchhalten zu können oder nicht überzeugen zu können. Dabei ist das völliger Quatsch. Ein Plan ist nur ein Plan von vielen zum Ziel. Mir fallen da spontan viele ein, denen diese Einsicht besser früher gekommen wäre.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 11:11

Montag, 2. April 2007

Jeder ist sich der Wichtigste

Man kann es keinem wirklich verübeln, dass er sich selbst als ziemlich wichtig ansieht. Allein für das Selbstwertgefühl ist das nur allzu verständlich. Wann darf und kommt man denn auch mal ausgiebig dazu, anderen Menschen zu veranschaulichen, wie wichtig diese Person vor ihnen ist? Zu selten. Aber wenn alle wirklich den Größten haben, dann geht diese Theorie schon physikalisch um Längen voll in die Hose. Denn die Ausmaße sind zwar unterschiedlich, aber doch in einem Rahmen begrenzt. Somit irritiert schon, dass viele einem nur klar machen wollen, wie viel wichtiger sie unter den Wichtigen sind. Also, am wichtigsten. Somit ist auch jedes Anliegen dieser Personen absolut vorrangig und natürlich immer am allerwichtigsten. Schon Franz Josef Strauß stellte deshalb fest: "Man kann mich doch nicht wie eine Marktfrau behandeln!" Oder der kleine Rummenigge stellte vor Jahren ebenso überzeugend fest, dass man ihn doch nicht mit einem einfachen Handwerker vergleichen könnte. In der Formulierungs- und Ausgestaltungskunst dieser obersten Wichtigkeit entgeht diesen Menschen nur völlig, was wirklich wichtig ist. Sie leben in einer anderen, nur der eigenen Welt. In der alles andere, außer man selbst, als unwichtig eingestuft werden muss. Wie soll man sonst den Überblick behalten? Somit hat man sich alle schlechten Angewohnheiten angelernt, den wichtigen Unterschied zwischen wichtig und wichtiger deutlich rüberzubringen. Bei genauer Betrachtung denke ich mir, was man mit der ganzen Energie erreichen könnte, wenn sich alle nicht so wichtig nehmen würden. Aber diese Theorie behalte ich besser für mich, nicht das sich ein Wichtigerer noch auf den Schlips getreten fühlt. Das war sicher nicht meine Absicht. Ganz und gar nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 10:01

Die Angst vor dem Freiraum

Eine leidige Begleiterscheinung über die Jahre ist die Angst des schlechten Gestalters und des nicht so guten Kunden vor dem gestalterischen Freiraum. Da passt doch noch Text hin, oder ein Bild. Genau da, wo die Souveränität, die Überzeugungskraft, das Selbstbewusstsein einer Marke beginnen und sichtbar werden, muss dann noch was hingepflastert werden. Genau an der Stelle, an der aus Überreden Überzeugen wird, wird diese Chance mal wieder vertan. Es ist eben ein langer, mühsamer Weg, zu verstehen und danach zu handeln, dass man mit weniger in der Regel mehr erreicht. Gute Gestaltung erkennt man daran, dass man nichts mehr weglassen kann. Schlechte, dass für nichts mehr Platz ist. Wenn alles zu viel und zu groß geraten ist, ist man am falschen Ende angelangt. Aber wenn man selbst feststellt, ungaublich mit wie wenig man wie viel sagen kann, dann ist man am richtigen Ende angelangt. Aber diese Kunst verstehen und beherrschen nur wenige. Zum einen zum Glück, zum anderen leider. Aber so bekommt jeder letztendlich das, was er verdient. Und die Grenze dessen ist genau sein jeweiliger Horizont. Nur seltsam, dass man sich gute und teure Gestalter ins Haus holt, um denen dann zu sagen und zu zeigen, wie man es nicht machen sollte und darauf besteht, es auch noch so zu machen. Das ist so, als ob man sich Witzigmann zum Kochen bestellt und ihn dann mit 100,- Euro zu McDonalds schickt, um was zu Essen zu holen. Aber so sind die Menschen, begrenzt in ihren eigenen Möglichkeiten, ausgestattet mit der Gewissheit, dass diese Begrenzung das Maximum des Möglichen darstellt. Aber wer gestalten will, der muss lernen, damit zu leben. Das, was man macht, kann nur so gut werden, wie es der Auftraggeber zulässt. Leider ist das oft nur ein geringer Teil dessen, was möglich wäre. Und das Beeindruckende: keiner bemerkt es. Denn der Kunde ist in seinen Grenzen und Möglichkeiten glücklich. Denn das ist das, was er versteht. Somit bekommt er nie raus, was möglich gewesen wäre. Auch damit muss man leben. Aber geht es den Ärzten nicht ähnlich? Denken die sich nicht auch, wenn die Menschen gesünder leben würden, dann müssten diese selbst nicht so oft zur Tat schreiten? Zum anderen ist dieser Umstand genau der, warum es Ärzte gibt. Somit lebt auch die Werbewelt zum Großteil davon, dass die Kunden einfach ungesund kommunizieren. Na! Wo tut´s denn weh?

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 09:57

Freitag, 30. März 2007

Die Geister, die wir riefen

Wie schön muss es rückblickend gewesen sein, als das Fernsehen noch nur 3 Kanäle hatte. An oder Aus war da nur die Frage. Wie schön war das Fernsehen ohne Fernbedienung, als es nur ein Frage gab: Wer schaltet um? Wie schön muss es gewesen sein, als man nur eine Nummer im Kopf hatte, die des einzigen Telefonanschlusses. Als man Bargeld bekam und alles mit Bargeld beglich. Wie schön muss es gewesen sein, als der Weg ins Kino noch ein Höhepunkt war? Wie schön muss es gewesen sein, als man bei der Bank seinen langjährigen Kundenberater hatte? Wie schön muss es gewesen sein, als man mit dem Auto noch fahren konnte? Wie schön muss es gewesen sein, als man im Ausland noch Ausländer war? Wie schön muss es gewesen sein, als man sich spontan noch getroffen hat? Wie schön muss es gewesen sein, als Freundschaft noch das Wichtigste war? Wie schön muss gewesen sein, als die Familie noch so nah bei einander war? Wie schön muss es gewesen sein, als eine Hose noch eine Hose war und kein Träger für ein Markenschild? Wie schön muss es gewesen sein, als sich sonntags die ganze Familie getroffen hat? Wie schön muss es gewesen sein, als man Samstag noch die Sportschau schauen konnte? Wie schön muss es gewesen sein, als man noch nicht wusste, was alles in Nahrungsmitteln auf einen lauert? Wie schön muss es gewesen sein, als man einfach Liebe machen konnte, ohne dabei an AIDS denken zu müssen? Wie schön muss es gewesen sein, als Sportereignisse noch sportlich geführt wurden? Wie schön muss es gewesen sein, als man noch zusammen gekocht hat? Wie schön muss es gewesen sein, als man Essen durfte, was man wollte? Wie schön muss es gewesen sein, als es vieles nur zu bestimmten Jahreszeiten gab, sonst nicht? Wie schön muss es gewesen sein, als es die meiste Zeit ruhig um einer herum war? Wie schön muss es gewesen sein, als man noch den Namen der Frau im Tante-Emma-Laden kannte? Wie schön muss es gewesen sein, als man sich ständig über den Weg gelaufen ist? Wie schön muss es gewesen sein, als man sich noch Geschichten erzählt hat? Wie schön muss es gewesen sein als man noch Zeit am ende des Tages für sich übrig hatte? Wie schön muss es gewesen sein, als man noch Radio hören konnte? Als man von Hörspielen gefesselt war? Wie schön muss es gewesen sein, als es noch Parkplätze gab? Wie schön muss es gewesen sein, als die Innenstädte nicht zugekleistert waren mit den ganzen dumpfen Werbebotschaften? Wie schön muss es gewesen sein, als die Menschen mit viel weniger viel glücklicher schienen? Warum haben wir das Gute nicht einfach mitgenommen? Es war doch schön - oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:48

Donnerstag, 29. März 2007

Dann backen wir uns eben einen

Da warten sie. All die Qualitätsmacher. Das Gedränge ist wie immer woanders. Da, wo es schnell geht. Billig ist. Und inhaltslos. Der erfahrene Schuhmacher. Die begnadete Schneiderin. Der leidenschaftliche Koch. Der verrückte Friseur. Die liebevolle Blumenverkäuferin. Die belesene Buchhändlerin. Der feine Goldschmied. Der erlesene Feinkostladen. Die intelligente Agentur. Alle sitzen da und hoffen und warten auf Kundschaft, die ein wenig Zeit mitbringt. Nicht so gehetzt ist. Die sich gerne beraten lässt. Die Wert auf das Gute legt. Die weiß, dass Qualität ihren Preis haben muss. Die zu schätzen weiß, wenn sich jemand auskennt. Ist es nicht schön, solchen Kunden die Wünsche von den Lippen abzulesen? Ihnen natürlich immer ein wenig mehr auf den Teller zu tun, weil man es will und nicht, weil es verlangt wird? Es sind so wenige. Darum müssen wir warten und Geduld haben. Solange bestaunen wir irritiert die Schlangen vor den Ausverkaufläden unserer Werte. Ein guter Schuh. Ein guter Wein. Eine gute Idee.
Wenn man in Amerika jemanden fragt, wo man gut essen kann, bekommt man keine Antwort. Sondern erfährt nur, wo man viel und billig bekommt. Das Qualitätsmerkmal ist da schon verschwunden. Und bei uns macht es den Anschein, dass es sich auflöst wie eine Aspirin im Wasserglas. Aber ich glaube nicht wirklich daran, bis es vorbei ist. Bis dahin glaube ich daran, dass es sie gibt, die Menschen, die sich lieber für das Gute entscheiden. An diesem Glauben hänge ich so sehr. Den hänge ich nicht einfach an den berühmten Nagel.

foto: peter von felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:51

Das ist ganz einfach

Wer kennt das nicht? Man ist in einer fremden Stadt und muss zu einem bestimmten Ort. Offensichtlich ein bekannter Ort. In einer großen Stadt. Aber irgendwie findet man diesen Ort nicht so recht. So dass man sich genötigt fühlt, jemanden nach dem Weg zu fragen. Die ersten 3 möglichen Wegweiser waren nicht von hier. Somit konnten die einem beim besten Willen nicht weiterhelfen. Die nächsten 2 möglichen Wegweiser verstanden kein Wort. Somit wäre jede Ansage für die Katz. 3 weitere Einheimische waren so etwas von einheimisch, dass man außer witzig klingendem Dialekt auch nichts verstehen würde. Dann waren da noch 3 bis 4, die glaubten, eventuell, vielleicht den Weg zu kennen, mussten dann aber nach langem hin und her doch passen. Und dann - Treffer. Er. Auf die Frage nach dem bekannten Ort in dieser großen Stadt entgegnet er ganz locker, mit einem verschmitzen Lächeln: Das ist ganz einfach. Was jetzt kommt, muss man wissen, ist natürlich genau das Gegenteil. Denn der Mann setzt Wissen voraus, dass es nicht gibt. Sonst müsste man ja nicht nach dem Weg fragen. So erklärt er nach seinem Wissensstand den Weg. Was dazu führen muss, dass die so einfache Erklärung immer komplizierter wird. Und komplizierter. Und noch komplizierter. Nach der achten Kreuzung bin ich geistig schon ausgestiegen. Nicke aber höflich, um einer Wiederholung bloß aus dem Weg zu gehen. Ich habe längst beschlossen, den 4 Kreuzungen zu folgen, denen ich folgen konnte und dann erneut zu fragen. Aber eines lernt man daraus: Setze nie Wissen voraus bei Deinem Gegenüber und beginne nie eine Antwort mit dem Satz: Das ist ganz einfach.

foto: peter von felbert

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Mittwoch, 28. März 2007

Nur eine Erfrischung (Hansgeschichten)

Hans war einige Male um das Boot geschwommen. Zuerst war er dicht bei der Badeleiter geblieben und als er sich gewöhnt hatte, war er in immer größeren Kreisen um den Bootskörper geschwommen. Das Wasser schmeckte salzig am Morgen und er spürte wie es salzig in den Augen brannte. Von der Badeleiter aus hatte Hans die Ankerkette auf dem Sand liegen sehen und über dem Kraut hatten Fischschwärme gestanden, kleine silberne Fische und größere, graue mit einem weißen Streifen, der vor der Schwanzflosse herumging.
Auf den gelben Felsen am Ufer waren ein Mann und eine Frau in Badekleidung zu sehen. Die Frau hatte die Hände in die Hüfte gestemmt. Der Mann schütze mit einer Hand die Augen vor der Sonne und wies mit der anderen auf Hans. Hans schwamm ein Stück auf sie zu. Das Wasser war ganz glatt und trug sehr gut. Hans wäre gerne nackt geschwommen, aber er hatte niemanden gesehen, der nackt geschwommen war. Er schwamm bis ihm kühl wurde.
Hans war wieder auf das Boot gestiegen und saß jetzt unter dem Bimini, das ihn vor der Sonne schützte. Er blickte in den Himmel, der blau und wolkenlos war, und bog sich über die Bordwand weit nach hinten, bis er alles auf dem Kopf sah. Das gekräuselte Wasser war jetzt oben, darunter war der gelbe Fels, darunter hingen die Bäume am Fels und unter allem war der Himmel. Der Himmel war jetzt das Wasser, die Bäume waren die Felsen, die Felsen die Bäume und das Wasser war der Himmel.
Hans dachte, wenn man nur die Welt verkehrt herum sah, dann waren die beiden am Ufer jetzt Fledermäuse. Man musste die Welt nur verkehrt herum sehen, dachte er, und die Menschen würden zu Fledermäusen.
Sie konnten nur in eine Richtung fliegen. Nacheinander flogen sie in das gekräuselte Wasser, das jetzt der Himmel war. Hans wurde unwohl bei dem Gedanken, die beiden könnten zu Fledermäusen geworden sein.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:33

Kellnerblick

Die wahre Kunst des (guten) Kellners besteht darin, darüber hinweg, durch und vorbeischauen zu können. Wer kennt das nicht: Man sitzt im Restaurant, die Suppe kommt, aber das Brot fehlt. Somit wird nun die Zeit knapp. Denn noch ist die Suppe heiß. Wenn man jetzt zu lange auf das Brot wartet, ist die Suppe kalt. Was man nicht will. So hält man Ausschau nach dem Kellner. Der seitdem wie vom Erdboden verschluckt ist. Hat die Polizei etwa eine Fremdarbeiter-Razzia gemacht? Oder hat er einen dringenden Anruf von seiner Frau bekommen, das 7. Kind kommt? Meine Bemühungen, den Kellner ausfindig zu machen, haben etwas von einem Wackeldackel auf der Hutablage eines Opel Commodore. Da war er. Kurz. Ganz kurz huschte er durch das Lokal. Da wieder. Da, das ist er. Das war er.
Jetzt fange ich an, meinen Arm wie ein 7.-Klässler in den Himmel zu recken. Also ob ich im Deutschunterricht endlich mal was wüsste. Aber er schafft es, an mir und meinem Begehren spurlos vorüber zu gehen. Er sieht mich nicht. Bin ich überhaupt da? Er kommt direkt auf meinen Tisch zu, aber alles Winken, Rufen, Anblicken erreicht ihn nicht. Er schaut durch mich durch und an mir vorbei. Es gelingt mir nicht, seinen Blick zu erhaschen. Ich werde lauter. Zu laut.
Er verharrt mitten im Restaurant – und wie ein Werwolf, ein Alien, das ein neues Opfer gewittert hat, dreht er sich um. Langsam. Ganz langsam. Er schaut mich angewidert an. Ich versuche ein nettes Handzeichen zu machen, dass so aussieht wie ein Brotkörbchen. Dazu wiederholen meine Lippen lautlos: Brot, Brot .... Brot. Er nickt und verschwindet wieder im Nichts. Einige Zeit später kommt das Brotkörbchen. Die Suppe habe ich längst lauwarm gegessen. Zudem ist das Brot entweder steinhart oder schwammig.
Diese Situation kenne ich in vielen Varianten. Einige Zeit dachte ich, ich wäre einfach so unscheinbar, dass mein Begehren untergeht. Aber wer mich kennt, und ich kenne mich auch, weiß, das kann man mal kategorisch ausschließen. Dann bin ich zu der Theorie übergegangen, das machen die mit Absicht. Die ziehen ihr Ding durch. Sonst bricht das Chaos aus. Aber ich habe mich im Lauf der Zeit daran gewöhnt, mich unmissverständlich durchzusetzen. Meine Frau leidet darunter. Aber ich habe zur heißen Suppe jetzt mein Brot. Und der Kellner hat schnell raus, dass er mir besser tief in die Augen schaut. Sonst ...

foto: peter von felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 11:15

Dienstag, 27. März 2007

Geradeaus

Übermut kommt bekanntlich vor dem Fall. Ein schönes Beispiel ist das Billardspielen. Hier ist es Gang und Gäbe, dass sich nur geübte Spieler am Tisch aufhalten. Oder hat jemand schon mal einen Anfänger gesehen? Wie zu vielen anderen Themen des Lebens, fehlt auch hier der nötige Respekt vor dem Können, das etwas anderes ist als Kennen. Zwischen diesen beiden Wörtern tut sich ein großer Graben auf. Beim Billardspielen weiß der wirklich geübte Spieler, dass man nur das spielen kann, was man sieht. Was man nicht sieht oder sich nicht vorstellen kann, das kann man auch nicht spielen. Dann beherrscht der geübte Spieler vor allem den geraden Stoß. Denn dieser ist zu kontrollieren und man weiß, was wohl passieren wird. Die wenigsten beherrschen diesen so wichtigen geraden Stoß. Aber versuchen sich ständig an Kunststößen. Haben alle wohl Paul Newman (Haie der Großstadt), oder die Jüngeren unter uns Tom Cruise (Die Frabe des Geldes) beim spielen auf der Leinwand zugesehen. Damit es wenigstens so aussieht, als ob. Dabei entlarvt gerade das den Stümper. Somit kann man vom Billardspielen viel lernen. Es ist vor allem ein Spiel, das Spaß machen soll. Dann ist es ein besonderer Genuss, wenn die Kugeln genau das machen, was man sich erhofft. Und letztendlich soll der Bessere gewinnen. Denn sein Können soll dem Kennen überlegen sein. Das ist der Sinn von Geschicklichkeitsspielen. Der Glückliche kann mal ein Spiel gewinnen, aber nie mehrere, geschweige denn viele. Somit lehrt einen Billard eine Art von Demut. Man muss es spielen und spielen und spielen, um es nur ein Stück weit zu beherrschen. Man muss die Mathematik des Spiels akzeptieren lernen. Man muss sich die Kunststückchen für die Galerie aufheben. Man muss Demut und Respekt mitbringen. Man muss vor jedem Stoß die Spitze einkreiden. Und man darf nur den Stoß wagen, den man sieht. Das lehrt einen die Erfahrung und – daraus so wichtig abgeleitet – die Erkenntnis. Theoretisch kann man auch dieses Spiel kennen, aber können kann man es nur praktisch.

foto: peter von felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Montag, 26. März 2007

Grenzgänger

Gedanklich muss man bereit sein, ständig Grenzen zu überschreiten und zu überwinden. In der Fantasie ist alles erlaubt, was zu neuen Erkenntnissen führt. Zu neuen Gedanken und Ideen. Im wirklichen Leben ist das nicht so angesagt. Denn da kann über Grenzen gehen bedeuten, dass man nicht ganz unbeschadet wieder zurückkommt. Wenn man überhaupt wieder zurückkommt. Aber die Gedanken sind alle frei. Niemand schaut einem in seine eigenen Gedanken. Niemand wird für Gedanken verhaftet oder steht schlecht da.
Man darf alles denken, nur bei weitem nicht alles machen. Das muss einem völlig klar sein. Oder zumindest im laufe der Zeit klar werden. Dieser feine und kleine Unterschied ist wesentlich. Der Unterschied zwischen Denken und Handeln. Wesentlich für den kreativen Prozess ist zumeist das Nachdenken, Ausdenken, Überdenken. Die Fantasie wie ein Instrument spielen zu können, aber auch wieder zurück in die normale Welt zu gelangen. Die Fantasie einfach aussschalten und die Realität wieder einschalten können.
Gedanklich ist der Kreative ein ständiger Grenzgänger. Muss er auch. Man weiß nie, wo er gerade ist. Diese Ausflüge in Gedanken bringen einen zu Ergebnissen, Erlebnissen und Zielen. Bevor man sie in der Realität wirklich erlebt hat. Der Verlauf der Grenzen ist fließend. Bei vielen verschiebt sich deshalb der Blick für die Realität über kurz oder lang. Die Welt der Fantasie ist eben reizvoller. Viele Kreative werden deshalb auch irgendwann zynisch. Weil in ihrer Fantasie alles perfekter und besser ist – und die Realität ist alles andere als das. Der Vergleich hinkt zwar, aber den Unterschied können viele irgendwann nicht mehr erkennen. Wer zynisch wird, weiß leider nicht, dass es vorbei geht. Oder schon ist. Es ist das erste Anzeichen, dass man den Unterschied zwischen den beiden Welten nicht mehr klar sieht.

foto: anne eickenberg

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Freitag, 23. März 2007

Als "Digital" noch eine Frage war

Vor noch nicht allzu langer Zeit. Da kamen nach einem Shooting diese Bögen rein. Mit den Kontaktabzügen. Der Fotograf hat dann schon mal gelbe Punkte auf die Bilder geklebt, die er für gut befand. Das konnte die Art-Abteilung natürlich nicht auf sich sitzen lassen. Und klebte rote Punkte auf diese kleinen Kontaktabzüge. Von den Bildern konnte man fast nichts erkennen. Darum nahm man eine Lupe zu Hilfe. So saßen sie da, die Art-Menschen, gebeugt über die Bögen und stöhnten vor sich hin. Von der letztendlichen Auswahl wurden dann richtige Abzüge gemacht. Und aus denen wurde wiederum eine Auswahl getroffen, und die bekam der Kunde zu sehen. Hunderte Filme hat er bezahlt, aber nur drei Bilder zu Gesicht bekommen. So war das vor nicht allzu langer Zeit. Heute ist das alles anders. Nicht besser. Nur wie vieles: mehr und schneller. Der Kunde bekommt Hunderte Bilder, die Art-Abteilung Tausende. Digital ist keine Frage mehr, sondern die Antwort. Ob es in der Sache besser wird, ja. Denn Bilder finden jetzt viel mehr Verwendung. Früher waren Bilder, vor allem gute Bilder, der Champions League vorbehalten. Dem ist heute nicht mehr so. Die digitale Welt hat mehr Bilder, viel mehr Bilder. Ich finde das gut. Denn der kreative Horizont wird dadurch viel weiter. Früher waren Filme kostbar. Jedes Foto hatte seinen eigenen technischen Wert. Heute ist mehr Raum und Zeit für den Fotografen da. Denn die technischen Kosten fallen weg. Und er kann mehr von dem machen, was sein eigentliches Interessen sein sollte: tolle Bilder.

foto: peter von felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 08:30

Donnerstag, 22. März 2007

Soweit die Füße tragen

Ich liebe Fußballanalogien. Darum schätze ich auch Frank sehr. Denn ich bin überzeugt, dass sich im Fußball das ganze Leben wiederspiegelt. Leider. Oder zum Glück? Oft überprüfe ich diese Theorie in Gedanken. Dann fallen mir die ganzen Übereinstimmungen auf. Zum wirklichen Leben. Manchmal ist das schöner als der wirkliche Fußball. Was auch schon wieder eine wunderbare Analogie zum wirklichen Leben ist. Ich kann mir ansehen, was ich will, und schon erkenne ich darin eine Seite des echten Lebens. Darum baue ich in viele meiner Argumentationsketten Fußballanalogien ein. Aber es werden weniger. Weil immer mehr Frauen mich fragend ansehen. Somit muss ich oftmals spontan in einen anderen Topf der Analogien greifen. Das geht auch. Nicht so geschmeidig. Aber es geht. Dabei muss man nur aufpassen, dass man nicht aus Versehen eine diskriminierende Variante wählt. Wie "Kochen". Oder Hausarbeit. Oder Autofahren. Diese Welt der Analogien kommt ganz schlecht bei Frauen an. Nein, Architektur geht gut, Opern-/Theaterwelt. Oder Reisen, Bergsteigen. Aber am besten gehen Analogien aus der Welt des Films und des Showbusiness. Und Design und Mode. Schade, ich habe die Fußballanalogie geliebt. Vor allem, wenn andere diesen begegnen können. Also, den Steilpass nutzen oder einen guten Konter fahren.

foto: peter von felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 15:58

Halbfertigkeit

Es scheint den Menschen wesentlich mehr zu befriedigen, wenn er keinen Halbfertigkeiten nachgehen muss, sondern Dinge ganzheitlich vollbringen kann. Da Arbeitsprozesse aber oft so zerlegt sind, dass Menschen oftmals nur noch Teile von Produkten und Leistungen dazu beisteuern dürfen, ist der Grad der Befriedigung an diesen Tätigkeiten eher gering. Somit spricht viel für kleine Systeme, in denen Menschen am gesamten Entstehungsprozess beteiligt sind. Denn von der Idee bis zum fertigen Produkt oder der fertigen Leistung Teil eines Teams zu sein, ist ein sehr gutes Gefühl.
Und weil Menschen dieses oftmals nicht mehr haben, dieses gute Gefühl, müssen sie sich dieses in anderen Bereichen der Gesellschaft abholen. Zum Beispiel bei einem Fußballspiel. Die Zuschauer sind Teil des Spiels, das anfängt und aufhört und ein Ergebnis hat. Dieser Zyklus ist es, was Menschen wollen. Aber den es immer weniger gibt. Mir fällt das an mir selbst auf. Oft neige ich zu Tätigkeiten in meiner Freizeit, die genau davon bestimmt sind. Etwas anzufangen mit der Gewissheit, ein Ergebnis zu erzielen, das in einem überschaubaren Rahmen auch zu erzielen ist.
So habe ich einen Gartentisch bearbeitet mit einer Wurzelbürste. Nicht unbedingt, weil mir der Kopf nach Arbeit stand, nein, weil der Tisch in einem üblen Zustand war und ich mir vorstellte, wenn ich mit ihm fertig bin, dass er aussieht wie neu. Dieser Gedanke hat eine solche Euphorie in mir hervorgerufen, dass ich diesen Tisch 4 Stunden lang mit der Wurzelbürste so rangenommen habe, dass er jetzt wieder aussieht wie neu.
Darum glaube ich, dass der Mensch für halbfertige Arbeiten nicht geeignet ist. Sie frustieren ihn, weil er das Ergebnis und die Idee nicht mitbekommt. So ist es von großem Vorteil, alle an diesen neuralgischen Eckpunkten teilhaben zu lassen. So dass sich alle als ein Bestandteil des Ganzen verstehen. Das wirkt sich positiv auf das Ergebnis aus. Wer aber die Prozesse zu sehr zergliedert, so dass man aus dem einzelnen Arbeitsvorgang nichts mehr ableiten kann, der darf sich nicht wundern, dass die Arbeit oft unzulänglich ausgeführt wird.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 15:55

Montag, 19. März 2007

Paris macht Platz für die Moderne

Das ist ein Foto aus den späten 70ern in Paris. Hier werden gerade die alten Jugendstil-Markthallen und einige Bauten drum herum abgerissen. Um einem neuen Einkaufzentrum Platz zu machen. Sinnigerweise heißt dieses auch "Die Hallen". Angelehnt an die alten Markthallen. Aber es ist eines dieser kalten Einkaufzentren inmitten einer Großstadt. Voller Graffities und übler Menschen, die den ganzen Tag darin abhängen. Die alten Markthallen waren eben ein großer überdachter Viktualienmarkt. Die Überdachung sah aus wie die alten Metroeingänge. Jugendstil vom schönsten. Durch diese Hallen zu laufen, das war durch Frankreich laufen. Denn alles war da. Alles, was zu Frankreich gehört. In den neuen Hallen ist das anders, da sind fast alles Geschäfte, die nichts mit Frankreich zu tun haben. Damals war ich noch sehr jung, aber ich habe schon beim Zusehen gelitten, als die alten Hallen abgerissen wurden. Jahre später ging ich fassungslos durch die neuen Hallen. Und immer, wenn ich wieder nach Paris komme, habe ich die Hoffnung, dass ich mal mit meinem Kindern da stehen werde und wir dabei zusehen, wie die neuen und dann schon alten Hallen wieder abgerissen werden. Und dann die ganz alten Hallen wieder aufgebaut werden. Das wäre mehr als romantisch. Frankreich würde wieder ein Stück zurück nach Paris ziehen. Wie konnte so etwas nur passieren? Wie kann man seine eigenen Kultur abreißen. Und auf dem selben Boden eine völlig fremde begründen. Im Lauf meines Lebens habe ich gelernt, dass dies jeden Tag passiert. Nicht Tierarten sterben aus. Sondern wir lassen auch Kultur aussterben. Vielleicht ist das die gerechte Strafe.(Foto: Thomas Hintze, Motiv: Paris, Abriss "Les Halles" ende der 70er)

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Voraussetzungen

Mit den sogenannten Voraussetzungen ist es auch nicht weit her. Die verrücktesten Dinge funktionieren, und was von langer Hand geplant ist, geht in die Brüche. Mit Blick auf die Zeit hinter mir, kann ich kein wirkliches Erfolgsrezept erkennen. Die wesentlichen Einflussfaktoren sind dann doch Variablen: Glück, Zeitpunkt, Ort und noch mal Glück. Ich wage zu behaupten, dass Glück die einzige Konstante ist, die zum Erfolg führt. Nicht mal Geld – auch im Übermaß – ist ein Garant für Erfolg. Zumal von Erfolg nur retrospektiv berichtet wird. Und die wesentlichen Glücksfaktoren wegen Selbstüberschätzung oftmals leider raus gelassen werden. Steve Jobs hat mal eine Rege gehalten vor Studenten. Die Rede drehte sich um drei Dinge, die ihm in seinem Leben widerfahren sind. Er hat die Uni geschmissen, obwohl seine Eltern ihr letztes Hemd dafür gegeben haben, damit er es mal besser hat. Seine Analyse: Versuch nicht, anderen, sondern dir gerecht zu werden. Das zweite ist, er ist aus seiner eigenen Firma geschmissen worden. Scheitern zu erkennen als wichtiges Merkmal, um auf den richtigen Weg zu kommen. Und das dritte war der Tod. Er ist vor ein paar Jahren an Krebs erkrankt. Somit hat er bei der Begegnung mit dem Tod eine fantastische Endeckung gemacht: Das Leben. An diesen drei Eckpfeilern seines Lebens hat er die Rede aufgehängt. Nicht an Zahlen, Mitarbeitern, Umsatz, an Computern, dem iPod oder was auch immer. Er hatte eigentlich drei mal echt schlechte Voraussetzungen – na und. Von der Uni gegangen, aus der Firma geflogen und fast gestorben. Steve Jobs ist nur einer. Einer von vielen. Aber er bringt es auf den Punkt. Erfolg?! Voraussetzungen?! Das ist vor allem Ansichtssache. Was man selbst empfindet. Viele denken: Bei den Voraussetzungen kann nichts mehr schief gehen. Falsch gedacht. Nichts steht in unmittelbarer Wechselwirkung. Es kann sein, aber es muss nie. Und wenn man diese Distanz zu den Dingen bekommt, plus den Faktor Glück richtig einzuschätzen weiß, dann ist alles möglich.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Samstag, 17. März 2007

Das note blogbook one ist da. Die Taschenbuchausgabe einer großartigen Idee

Jetzt ist es da. Der kleine Bruder des großen note blogbook 2007. Das note blogbook one. Es enthält dieselben Texte wie sein riesiger großer und durchweg farbig gedruckter, mächtiger Bruder für satte 134,50 €. Aber nun Text pur, im Taschenbuchformat, auf 182 Seiten und für nur 19,90€. Eine Auswahl von 200 zeitlosen Beiträgen. Kolumnen die nachdenklich stimmen. Schmunzeln lassen. Irritieren sollen. Gleichgesinnte finden. Vieles was die Arbeits- und Lebensqualität besser machen soll. Es geht eben auch anders. Wege weg von der Vernunft hin zum Sinn. Ideen statt Einfälle. Wir, die Autoren wünschen viel Spaß beim nach lesen, erneut lesen und wieder lesen. Und beim ersten Mal lesen.

Geschrieben von Christof Hintze in note blog book um 21:09

Freitag, 16. März 2007

Abschaffung der Präsenzkultur

Die Präsenzkultur ist ein Überbleibsel der Wohlstandswirtschaft der Vergangenheit. In der Unternehmen sich vor allem über die große Mitarbeiterzahl positionierten. Und nicht zu vergessen: über den Umsatz. Da möglichst viele Mitarbeiter für die Selbstdarstellung gut waren, wurden oft auch viel zu viele eingestellt. Man konnte sich das leisten. Daraus resultiert diese Präsenzkultur. Man sollte am besten der Erste sein, der morgens kommt, und der Letzte, der abends geht. Man versucht, an allen Meeting teilzunehmen. Und auch sonst an allem, um über die Darbietung der eigenen Präsenz Wichtigkeit zu dokumentieren. Am besten, man fährt gar nicht in Urlaub. Schleppt sich krank ins Büro. Diese Präsenzkultur trieb dann ihre ganz eigenen Stilblüten. Das Problem an dieser Überflusskultur ist, dass man sie nur schwer wieder los wird. Und dass sie unglaublich viel Zeit, Produktivität und Geld kostet. Aber lösen können sich viele nur schwer davon. Somit ist diese unsägliche Präsenzkultur auch ein Problem für Familien. Die Vereinbarkeit von Familie und Arbeit scheitert vor allem daran, dass die Zeit sinnlos für Präsenz vergeudet werden muss. Dabei könnte man vieles in wesentlich weniger Zeit erledigen. Wenn alle mitspielen würden. Aber das tun sie nicht. Weil somit sich auch viele ihre Daseinsberechtigung nehmen. Da sitzen Menschen in Büros, weil es eine mögliche Wahrscheinlichkeit gibt, dass ein Kunden anruft. Anstatt mit dem Kunden feste Termine zu vereinbaren. Da kommen Menschen ins Büro für ein Meeting von 10.30 Uhr bis 12.00 Uhr. Den Rest hätten sie was anderes tun können. Mit Blick auf materielle und emotionale Werte scheint hier ein kostbarer Schatz vergraben zu sein. Den es zu heben gilt. Denn wenn Unternehmen schon nicht mehr Gekd zahlen können, sondern eigentlich das Gegenteil fordern, warum beseitigt man dann nicht diese Präsenzkultur der Vergangenheit und gibt den Menschen einen anderen Wert: Lebenzeit. Das wird sich sicher positiv auf die Arbeitsqualität auswirken. Denn dieses Absitzen und Vergeuden von Zeit wird zunehmend zu einem Problem. Der Mensch muss sich nämlich bei steigenden Anforderungen um andere und wesentliche Dinge kümmern. Die Gesundheit, die Familie und die Zufriedenheit. Alles Faktoren, die durch die Präsenzkultur in der Wirtschaft immer weiter in Schieflage geraten. Wann soll man das denn noch machen?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

Die Schnecken-Beobachtung

Sollten Sie mal die Zeit finden. Zudem noch am richtigen Ort. An einem Ort, an dem eine Schnecke sich auf eine Reise begeben hat. Dann legen Sie sich ins Gras und beobachten aufmerksam die Schnecke. Dabei müssen Sie sich nicht beeilen. Sie haben Zeit, denn die Schnecke dürfte es nicht fertig bringen, Sie zu überlisten. Schalten Sie das Handy aus. Und machen Sie es sich bequem im Gras. Jeden Meter, den die Schnecke geschafft hat auf ihrer großen Reise, kriechen Sie dann hinterher. Beobachten Sie die Schnecke genau. Dabei wird Ihnen nicht entgehen, wie mühsam der Weg ist. Das Haus zudem geschultert. Trotzdem kommt die Schnecke offensichtlich an. Evolutionsgeschichtlich kann man es kaum glauben, dass Schnecken überleben konnten. Aber sie haben. Weil sie, wie wir Menschen, unappetitlich sind. Und ebenso wie wir Menschen eine Schleimspur hinter sich herziehen. Die Schnecke ist der geborene Bausparertyp. Kaum ist sie da, zahlt die Schnecke keinen Euro Miete, sondern bezieht sofort ihr Eigenheim. Ziemlich spießig. Dann streckt die Schnecke, bevor sie eine Schritt wagt, ihrer Fühler in alle Richtungen aus. Die Schnecke ist so vorsichtig wie wir Menschen. Die Schnecke ist die artenreichste Tierart. Dem steht der Mensch sicher nicht weit hinterher, aber kommen wir auf 43.000? Na, egal. Aber ich finde, man kann von der Schnecke etwas lernen. Es geht auch ruhiger. Der Beweis, dass es mit aller Gemütlichkeit auch geht. Und wie. Die Schecke verbreitet sich dabei wie die Karnickel bzw. wie wir. Vom Sex der Schnecke können wir uns ohnehin eine Scheibe abschneiden. Die lässt sich Zeit und Zeit und Zeit...Ich glaube in meinem nächsten Leben wäre ich gerne eine Weinbergschnecke im Bordeaux.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:00

Donnerstag, 15. März 2007

Licht

Licht ist eine wesentliche Quelle für unser Wohlbefinden. Die Zeit im Dunkeln schlägt unweigerlich auf das Gemüt. Somit ist Helligkeit und Licht im übertragenen Sinne ein Instrument auch für die Kommunikation. Nicht ohne Grund treffen sich die Verbrecher in den Filmen meist im Dunkeln. Und Verliebte tauchen ein ins gleißende Licht. Licht ist die Energie für das Positive, das Gute. Dunkelheit für das Gegenteil. Da wir uns in der Werbung zum Ziel setzen, die Zielgruppen positiv für uns zu gewinnen, ist Licht und Helligkeit, warme Lichtstimmung ein Bestandteil, den man nicht unbeachtet lassen sollte. Wir schreiben in der Regel auf weißem Papier. Nicht ohne Grund, denn weiß ist hell. Natürlich gebietet es die Ästhetik, dass auch ein dunkler Hintergrund, eine dunkle Farbe, sehr anmutend sein kann. Denken wir nur an einen schwarzen Konzertflügel. Eine schwarze Limousine. Aber zum Wirken kommen diese Objekte auch erst im Licht. Layouts, die strahlen vor Licht und Helligkeit, haben es da leichter, positiv wahrgenommen zu werden. Was aber nicht ausschließt, auch andere Stimmungen absichtlich zu benutzen. Um eine Spannung zwischen der Idee und der offensichtlichen Anmutung zu erzeugen. Die Six-Kampagne hat das getan. Der Humor hat das Düstere des Layouts wieder ins Gleichgewicht gebracht. Denn zu hell und zu viel Licht ist für die Augen und die Kommunikation auch nicht nur gut. Sondern auch hier gilt es, eine Ausgewogenheit zu erzielen. Das nennt man Natürlichkeit.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:02

Meeting

Unsere auslaufende Überflusswirtschaft muss sich mehr und mehr von geliebten Abläufen trennen. So auch von dem klassischen Meeting. Es passt nicht mehr in die moderne Zeit, dass sich zu viele Menschen, die zu wenig zu entscheiden haben, sich zu lange darüber auseinandersetzen, was man mal machen müsste, könnte oder sollte. Würde man Meetings auf ihre Produktivität hin überprüfen, das Ergebnis würde ein deutschlandweites Meetingverbot mit sich bringen. Aber, wer sägt schon gerne auf dem Ast, auf dem er sitzt? Denn das Meeting ist oftmals der einzige sichtbare Beweis, dass jemand überhaupt zugegen ist. Wie oft müssen Menschen am Telefon hören: Der ist im Meeting. Dabei ruft da kein Geringerer an, als genau derjenige, der dieses Meeting auch noch bezahlt. Das Meeting ist zu einer völligen Unsitte verkommen. Zu spät kommen die einen. Früher gehen die anderen. Einige müssen mal raus. Dann diese Handys wärend des Meeting. An keinem Ort sind so viele Menschen so weit vom Thema entfernt wie bei einem Meeting. Es geht nur noch um die Rolle, die man in einem Meeting spielt, oder zu spielen hat. Zudem ist gerade das Meeting der Ort, an dem vor allem Ideen sterben. Weil jeder sich dazu berufen fühlt, ja vor allem seine Bedenken zu bekunden. Aber am schlimmsten sind Meetings für Macher, die werden Impotent bei zu viel Meetings. Die bekommen es an den Nerven. Dann ist oft der Kaffee schlecht im Meeting. Und alle lümmeln sich in ihren Sesseln herum und machen es sich viel zu bequem. Meetings sind schon von der Körperhaltung dazu verdammt, unproduktiv zu sein. Wenn man abhängt wie vor der Sportschau, was soll da schon passieren? Keine Körperspannung, flache Atmung. Furchtbar. Das Meeting hat in der Form ausgedient. Es hat sich weiterentwickelt. Es hat sich in der Form in Luft aufgelöst. Und die Zusammentreffen, die noch übrig geblieben sind, die haben es nicht verdient, Meeting genannt zu werden.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Dienstag, 13. März 2007

Meine Nerven

Ob meine Nerven gut oder schlecht sind, weiß ich nicht. Dafür gibt es keinen objektiven Vergleich, oder einen Maßstab, an dem ich sie messen könnte. Aber ich weiß, dass es eine Reihe von Dingen gibt, die gehen mir unglaublich auf die Nerven. Und zwar so sehr, dass sie mich viel mehr Energie kosten, als sie es eigentlich bräuchten.
Das ist so wie mit dem Rasenmähen. Die einen lieben es. Somit erreicht Rasenmähen auf einer Skala den Wert 0. Andere hassen rasenmähen, somit erreicht der Wert auf der Stress-Richterskala den Wert 10. Anschlag. Darum kann ich mich nicht um die Nerven anderer kümmern, denn meine brauchen alle Aufmerksamkeit. Auf einer Skale der 10 Dinge, die mich völlig Nerven, ist der absolute Favorit: Bürokratie. Nur das Sehen eines Formulars reicht aus, um mir komplett den Saft abzustellen. Der Gedanke, ein Amt besuchen zu müssen, nur der Gedanke daran, treibt mir den kalten Schweiß auf die Stirn. Mit Bürokratie umgehen zu müssen, in jeglicher Form, ist der Stresstreiber Nummer eins. Der Stresstreiber Nummer 2 ist das Aufführen der persönlichen wirtschaftlichen Verhältnisse. Das wollen Banken alle Nase lang. Stresstreiber Nummer 3 ist das unbedingt nötige Beschäftigen mit Betriebsanleitungen von Produkten, bei denen ich mir nicht mal sicher bin, ob ich diese haben will. Stresstreiber Nummer 4 sind zweifelsohne die große Menge von Hotlines. Die einzige Hitze, die diese auslösen, ist die Zorneshitze, die in mir aufsteigt. Dicht gefolgt von Stresstreiber Nummer 5: Wo ist das denn? Das stängige Verlegen von oftmals wichtigen Gegenständen und Dokumenten. Obwohl ich immer die Schuld bei anderen suche und nie finde, regt mich das ständige Suchen unglaublich auf. Stresstreiber Nummer 6, der berühmte Kellnerblick. Wenn Menschen, die für mich da sind, alles unternehmen, um mich zu übersehen und nichts auslassen, um mir das auch klar und deutlich zu zeigen. Stresstreiber Nummer 7: Ungerechtigkeit jeder Art. Ich kann es nicht errtragen, wenn Ungerechtigkeit offensichtlich ausgeübt wird und alle so tun, als ob es keiner bemerkt. Stresstreiber Nummer 8: die Nichtschwimmer und Torwarte. Das sind die Menschen, auf die ich in meinem Leben treffe, die so ganz anders sind als ich und die mich mit ihrer ignoranten, oberflächlichen, ungebildeten und vor allem falschen Art zur Weißglut treiben. Stresstreiber Nummer 9 sind schlechte Menschen. Menschen, die schlecht mit etwas umgehen. Egal, aus welchen Beweggründen auch immer. Nichts hat es verdient, dass man schlecht damit umgeht, wenn man es mit demselben Aufwand auch gut machen könnte. Stresstreiber Nummer 10 ist meine Ungeduld. Die bodenlos und grundlos ist. So, jetzt geht es mir schon besser. Obwohl da wären noch: Umzüge, renovieren, Leasingautos zurück geben, Wohnungsübergaben, Briefe in gelben, grauen und grünen Umschlägen, die Telekom, die...

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:34

Montag, 12. März 2007

pinakothek der moderne

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 19:51

Ein Tag mit Wind und Sonne (Hansgeschichten)

Es klang wie Sturm, aber der Himmel war auch blau. Nur an den schnell ziehenden Wolken war zu sehen, dass es mindestens die Ausläufer eines Sturms sein mussten. Der Wind blies direkt in den Hafen hinein und strich über die Wanten, wie ein Bogen über die Saiten eines Cellos. Hinausgefahren war niemand und alle waren mit Decksarbeiten beschäftigt oder kamen von ihren Einkäufen zurück. Die großen Wolken, getrieben vom Wind, warfen große schwarze Schatten auf die bewaldeten Hügel ringsum. Die See war ganz grün und noch in der Bucht mit weißen Schaumkronen betupft. Die großen Silbermöwen standen gegen den Wind, buchstäblich am Himmel klebend, immer darauf aus, im Flug von den Booten ein Stück Brot zu ergattern.
Die Julisonne hatte Hans den Nacken verbrannt. Durch den Wind war es immer kühl gewesen und er hatte nicht gemerkt, wie ihm die Sonne auf den Nacken gebrannt hatte. Die Haut brannte wie Feuer und am Abend würde sie noch mehr brennen, wenn es dunkel geworden war. Hans dachte an Schatten. Vom Festland kommend hatte er am Tag zuvor den Kranz der ockerfarbenen Häuser erblickt und er drehte sich jetzt nach den Häusern um und suchte nach einem Zugang, der in die Oberstadt führen würde. Er durchschritt einen Torbogen und der Wind war augenblicklich nicht mehr zu spüren. Als er wieder ins Licht trat, sah er die Häuser, die ihm jetzt mehr gelblich erschienen; sie hatten grünen Fensterläden, die um diese Zeit fast alle verschlossen waren. Wäsche flatterte vor den Fenstern der oberen Stockwerke. Die Mittagshitze hatte jedes städtische Leben von den Straßen gebrannt. Die Geschäfte hatten geschlossen und ihre Besitzer hatten sie mit Gittereisen oder schweren Holzläden verriegelt. Die Straßen waren schmal und mit unterschiedlichen Steinen bepflastert. Es gab Flächen, die mit handtellergroßen Steinen belegt waren. Sie waren quadratisch gehauen, grau und grob. Andere Flächen waren mit größeren Steinplatten belegt, die so blank gescheuert waren, als habe man sie mit Speck eingerieben.
An einem großen Platz, auf dem Autos parkten und auf dem im Zentrum ein bronzenes Denkmal mit den Worten AI SUOI EROI CADUTTI PER LA PATRIA an die Helden des IV NOVEMBRE MCMXXII erinnerte, war eine Bar geöffnet. Auf der Terrasse der Bar war niemand. Der Wind hatte einen aufgespannten Sonnenschirm zerlegt. Ein anderer, der noch geschlossen war, war umgefallen wie ein Baum. Niemand war da, der sich kümmerte.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:32

Design fucks function

Es ist schon Jahre her, dass ich eine folgenschwere Entscheidung leichtsinnig mitgetragen habe, die mich noch immer und bis auf weiteres an die Tragweite erinnert. Und zwar täglich. Es geht um das Ceranfeld mit Touchscreen. Das heißt, nach Drehelementen zum An- und Ausmachen, die man anpacken kann und in die gewünchte Richtung einfach hin und her dreht, sucht man an diesem Ceranfeld mit Touchscreen lange. Diese Technik war damals ganz neu und in aller Munde. Das musste man haben. So haben auch wir ein Ceranfeld mit Touchscreen. Dieser besondere Touchscreen befindet sich in der rechten unteren Ecke des Ceranfeldes. Es ist eigentlich und in Wirklichkeit verschwindend klein. Und es hat einen eigenen Sturkopf, dieser Touchscreen. Von wegen einmal mit dem Finger drauftippen und los geht's. Nein, nein, das geht ganz anderes. Wenn die Fingerspitzen zu kalt oder zu warm sind, dann geht da gar nichts. Dann tippt

man auf dem Touchscreen herum wie beim Tetris Spielen auf der Tastatur. Das Schöne: Es passiert nichts. Dann steht man da und wärmt seine Fingerkuppen im Mund, oder macht das Gegenteil, pustet sie an, damit sie abkühlen. Zur Sicherheit noch die Kuppe reinigen. Denn wenn da nur ein Futzel irgendwo zwischen Finger und Touchscreen ist, dann geht gar nichts. Was das Ceranfeld mit Touchscreen auch gerne macht: Es macht auf einen Schlag alles aus, wenn man aus Versehen beim Kochen mal drüber hinweggleitet. Was ungeübten Ceranfeldbesitzern mit Touchscreen schon mal passiert. Dann ist schluss mit kochen. Alle Platten gehen dann aus. In diesem Fall, würde man denken, macht man einfach schnell wieder alle an. Da erinnere ich nur an die Einleitung, so einfach ist das nicht. Denn wenn alle Platten ausfallen, dann macht sich eine innere Unruhe breit und die Fingerspitzen könnten nervös sein. Oder warm, oder kalt. Und dann geht da nichts an. Dann müssen sie erst wieder pusten, oder in den Munde nehmen, oder reiben an der Hose, oder was auch immer, um das zickige Ceranfeld mit Touchscreen wieder für sich zu gewinnen. Denn das ist es - zickig. Absolut zickig. Ceranfelder mit Touchscreen sind megazickig. Und einer Zicke kommt man nicht quer, sondern da muss man nach deren Pfeife tanzen, sonst geht da nichts. Und genau das macht dieses Ceranfeld mit Touchscreen seit Jahren mit mir und meiner Frau. Wir hassen es, aber wir haben uns nun mal dafür entschieden, darum ertragen wir es auch. Wir sind auf diesen modernen Blödsinn reingefallen, jetzt müssen wir das auch durchstehen. Und diese Dinger gehen nie kaputt. Nie. Die halten bis zur letzten Griessuppe. Wie oft dachte ich, wenn ich die Küche sauber gemacht hatte: Mensch, du Ceranfeld mit Touchscreen, warum gehst du eigentlich nicht mal kaputt? Und ich weiß, was ein Ceranfeld mit Touchscreen auf eine solche Frage antwortet: Dich Junge, Dich Kleiner, Dich habe ich noch lange nicht weich gekocht. Das ist erst der Anfang!

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:02

Die Summe der Dinge

Alle richten das Hauptaugenmerk auf Dinge, die oftmals für eine Markenentscheidung nebensächlich sind. Die richtige Marke zu sein bedeutet vor allem die emotionalen Beweggründe für sich verbuchen zu können. Der Rest geht dann von selbst. Aber das glaubt einem so gut wie niemand. Sondern der meist verbreitete Glaube sagt klar, das Produkt muss besser sein, günstiger und gut distribuiert. Denn wenn man besser ist oder günstiger, was soll einem dann noch passieren? Viel, es kann nämlich sein, dass nichts passiert. Alle rationalen Beweggründe lösen sich in Wohlgefallen auf, wenn nur ein emotionaler für eine andere Marke spricht. Aber um genau hier punkten zu können, muss man das glauben. Das tun die Unternehmen aber in der Regel nicht. Sondern sie preisen weiter runter und fahren in Sachen Produktleistung rauf. Somit kann man die Summe der Dinge zwar beherrschen, aber wenn man die gefühlte Marke da draußen nicht im Griff hat, dann war das alles für die Katz. Im großen und ganzen sind sich nämlich alle ziemlich gleich. Aber da, wo es persönlich wird, wo Sympathie, Beliebtheit, Bekanntheit, Status, Begehrlichkeit, Neid, Missgunst, Selbstdarstellung bis hin zur Selbstbefriedigung zählen, in diese Welt reichen keine Fakten. Sondern nur gefühlte Werte. Wer die nicht zu vermitteln vermag, der hat schlechte Karten.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Freitag, 9. März 2007

Weil wir alle mehr wollen und eigentlich auch verdient haben

Wer kennt das nicht, das Gefühl, dass man selbst bei weitem noch nicht da ist, wo man eigentlich hingehört. Eigentlich ist es eine Krankheit, nie anzukommen, nie zufrieden sein zu können. Immer mehr zu wollen und auch glauben, verdient zu haben. Das Rad dreht sich somit immer schneller und wird dabei immer größer. Das Rad, an dem wir drehen und vor allem das Rad, das an uns dreht. Die Enttäuschung ist unvermeidlich. Vor allem wird sie zu einem Wegbegleiter. Wen man auch fragt, wer antwortet schon: "Ich bekomme echt zu viel und weiß gar nicht womit ich das alles verdient habe?" Die Grenzen der Gier sind noch oben endlos offen. Wenn es einem gelingen würde, diese negativen Begleiterscheinungen zu eliminieren und den Blick auf das Erreichte frei zu bekommen. Und somit das negative durch ein positives Gefühl zu ersetzen. Das wäre ein riesen Schritt. Denn der Gier würde der Sinn folgen. Somit würden wir uns nicht mehr fragen: "Wie viel mehr?", sondern: "Was habe ich davon?" Und für ein bisschen weniger hätten wir viel mehr. Viel mehr vom Leben. Viel mehr von dem, was uns wirklich wichtig ist. Aber das bleibt sicher vorerst mal nur ein Traum. Ist aber ein schöner.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:02

Unveränderbarkeit

Lange Zeit habe ich Zeit dafür aufgewendet und somit verschwendet, Menschen zu einer Einsicht zu bewegen. Ich muss mich fast bei diesen Menschen entschuldigen, dass ich sie nicht einfach in ihrem Glauben belassen konnte. Nein, stattdessen habe ich nichts unversucht gelassen, die jeweilige falsche Ansicht der Dinge zu durchlöchern. Rückblickend habe ich, glaube ich, eigentlich nur genervt. Denn meine Sicht der Dinge konnten diese Menschen unmöglich nachempfinden. Und werden sie auch nie.
Das ist so, als ob man auf einen Dauercampingplatz geht und den Leuten zeitlebens klar macht, dass da draußen eine ganze Welt auf sie wartet, die es sich lohnt, zu erobern. Das Fernsehschauen abends auf einem Campingplatz bescheuert ist. Anstatt unter freiem Himmel zu liegen. Aus meiner Sicht fallen mir 1.000 Dinge ein, die das Leben von Dauercampern schöner machen würden. Aber, ob man es glauben will oder nicht, die scheißen auf meine Meinung. Die sind glücklich so wie es ist.
Was habe ich Kunden rauf und runter gebetet vom Lebensmittelpunkt einer Marke. Von der Kontinuität der Veränderung. Wie souverän eine Marke sein sollte. Alles Quatsch. Ich habe von B&O geredet und die haben einen Grundig Fernseher zu Hause in der Schrankwand. Wie oft habe ich alles unternommen, um Kunden etwas zu verkaufen, was sie bis heute nicht verstanden haben. Im Sinne der Marke lag ich sicher meist richtig. Aber im Sinne der Entscheider?
So komme ich mir längst vor wie ein Architekt der Marken, der eigentlich lieber sein würde wie Sir Norman Foster und Frank Gehry. Aber viel zu lange Reihenhäuser aus dem Boden gestampft hat. Das hat mich zu der Überzeugung gebracht, einfach anzufangen, nur noch geile Sachen zu machen. An die ich wirklich glaube. Für Kunden, die das ebenso sehen. Mit Mitarbeitern und Lieferanten, die auch mitmachen. Und klappt das? Nein. Aber ich höre nicht auf daran zu glauben und zu arbeiten. Und da ich kaum, oder so gut wie gar nicht mehr überreden muss, bleibt mir viel mehr Zeit und Energie, die ich somit voll in den Plan A investieren kann. Mal sehen, wie es ausgeht.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Donnerstag, 8. März 2007

Mit dem Objektiv eine Zeitreise eingefangen

Eine weiter Serie und Auswahl von Fotografien meines Vaters. Für die Ewigkeit eingefangen in den 70ern und 80ern, des vorherigen Jahrhunderts. Ich habe mir aus den viele einfach spontan die heraus gesucht, die mir aus welchen Gründen auch immer, sofort unter die Haut gingen. Somit bleibt mir nur viel Spaß zu wünschen, bei einer Zeitreise um die Welt, der besonderen persönlichen Art.

(Fotos: Thomas Hintze. Motive: Israel, Mexiko, Zypern, Japan, Deutschland, Frankreich, Schottland, Italien, England, Griechenland, Türkei, Spanien, Ägypten ...das müsste es gewesen sein)

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 18:17

Das Gute entdecken statt das Schlechte suchen

Schnell kommt bei Menschen heraus, wie die Spule gewickelt ist: in Richtung entdecken oder in Richtung suchen. Man kann es unmöglich übersehen oder nicht bemerken. Die meisten Menschen, die ich kenne, glauben fest daran, dass man Mensch auf Dauer überreden kann. Dafür investieren sie viel Zeit. Denn die Mutigen müssen den Ängstlichen zu einem guten Stück die Angst nehmen. Müssen?! Nein. Denn wer lange Angst gegen Mut eintauschen muss, um halbe Ziele zu erreichen, der wird selbst mutloser und lustloser und, wenn es ganz schlecht läuft, auch noch ängstlicher.
Es gibt keinen höheren Auftrag, in dem steht, ihr Mutigen, lasst euch von den Ängstlichen zermürben. Der Ängstliche hat nämlich auch seine Aufgaben. Wenn er sich an die halten würde, dann käme es nie zu diesem Konflikt. Ein Beispiel, in dem wir in die Steinzeit zurückgehen: 5 Männer machen sich auf zur Jagd. Die Frau ist jedes mal voller Angst, dass ihrem Jäger was zustoßen wird. Diesmal macht der Jäger eine Ausnahme, ein anderer Jäger bleibt in der Höhle und soll auf das Feuer aufpassen. Und die Frau nimmt er mit. Was passiert?! Sie kommen von der Jagd zurück mit einem Körbchen voller Waldbeeren. Alles andere wäre zu gefährlich gewesen. Und das Feuer ist leider ausgegangen, nachdem es um sich gegriffen und alles verbrannt hat.
Seht ihr: Die einen sollen jagen und die anderen etwas anderes Sinnvolles tun. Aber bei aller Gleichberechtigung hat man die emotionalen Unterschiede völlig außer acht gelassen. Denn es gibt unter den Frauen auch gute Jäger und unter den Männern auch gute Bewahrer. Deshalb ist es fatal, dass man Männern grundsätzlich Jagdinstinkte zuordnet, die gleichzeitig mit Mut verbunden sind. Tatkraft. Entscheidungssicherheit. Völlig falsch. Das Gute entdecken ist keine Frage von Geschlecht und Position, von Menschen, die das so können und wollen und nicht müssen. Das Schlechte suchen hat auch seine wichtigen Qualitäten, denn es beschützt uns vor großem Übel, aber nicht bei der Jagd nach Ideen. Ideen, von denen wir letztendlich leben.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:41

mercedes museum stuttgart

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 07:35

Unsicherheit

Sie tritt vor allem in zwei Fällen durch Außeneinwirkung ein. Zum einen durch überzogene Kritik an der eigenen Person und durch überhöhtes Lob an derselben Person, an einem selbst. Dann gibt es noch die zweite Variante von Verunsicherung, die aus einem selbst. Die teilt sich ebenfalls auf in die Unsicherheit vor der Entscheidnung und in die Unsicherheit vor der Verantwortung. Weitere Unsicherheiten sind die vor dem Neuen, Andersartigen und dem Fremden. Unsicherheit hat immer zur Folge, dass alles, was daraus abgeleitet wird, einen fahlen Beigeschmack hat. Was dazu führt, dass man für einen Moment oder auch für längere bis lebenslängliche Zeiträume aus dem Gleichgewicht gerät.

Sicherheit gewinnen ist deshalb sehr lohnend. Sicherheit aber als Gewissheit, als Akzeptanz. Faktoren wie Druck, Zeit, Stress, Geld und vieles andere beeinflussen dieses schlechte Gefühl. Und zwar so sehr, dass unsicher getroffene Entscheidungen immer genau zu der Seite kippen, die man gefühlsmäßig gerade verhindern wollte. Menschen, die sich preislich unsicher sind, zahlen meist wirklich zu viel. Menschen, die unsicher sind, ob das Auto das richtige ist, haben auch schnell Probleme damit. Somit reicht die Unsicherheit weiter als viele glauben.
Mit der Unsicherheit entsteht eine negative Vorprogrammierung. Die sich bei kleinsten Anlässen bestätigt. Was bei einer sicher getroffenen Entscheidung nicht so ist. Der identische Verlauf einer Nutzung oder Beziehung zu irgendetwas wird völlig unterschiedlich gedeutet und interpretiert. Somit ist die Unsicherheit ein Art emotionale Lawine. Diese darf nicht ausgelöst werden. Und muss, wenn sie auftritt, aktiv angegangen werden. Der erste Schritt und der beste ist, seine Unsicherheit offen zu formulieren und sich deshalb den Raum für eine Meinung, eine Entscheidung einzuräumen. Unsicherheit ist sehr menschlich und bis zu einem gewissen Grad auch verständlich und absolut zu tolerieren. Aber in unserer Gesellschaft geht die Unsicherheit über alles hinweg wie eine Lawine. Das ist nicht gut. Was man mit Blick auf die Ergebnisse an allen Ecken und Enden sieht.
Grundsätzlich. Der Sichere ist sich nicht wirklich sicherer in seiner Meinung, oder Entscheidung. Sonder Gefühl das ihn begleitet ist positiver, somit fließt eine völlig andere Energie in den Verlauf. Das ist so als aob man den ganzen Winter und den ganzen Frühling sich einen super sommer freut. Oder die gleiche Zeit einen schlechten befürchtete. Unabhängig davon wie der Sommer wird, der eine hat einfach mehr positive Gedanken und Gefühle. Und das ist viel Wert. Deshalb ist unkontrollierte Unsicherheit kein guter Begleiter auf dem Lebensweg.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:34

Mittwoch, 7. März 2007

Die Welt der Anderen

Es gibt zwei grundsätzliche Ansätze in der Betrachtung der Welt der Anderen: Da ist alles besser. Und da ist alles schlechter. Der Mensch definiert sich sehr über die Welt der Anderen. Sein Glück wägt er ab mit dem Unglück der Anderen, oder den Überglücklichen. Bei allem, was uns bewegt, vergleichen wir immer mit dem, wie es noch viel schlimmer sein könnte und wie es noch viel besser sein könnte. Sich mit anderen vergleichen ist Teil unserer Kultur. Es beginnt im Kindergarten und endet mit dem Ableben. Es ist genau dieses Vergleichen, was uns im höchsten Maße daran hindert, in uns selbst hineinzuhören. Unserer Intuition folgen zu lernen. Mit uns selbst glücklich zu sein. Uns mit uns selbst nicht zu langweilen. Es scheint eine typisches Wohlstandsübel zu sein, dass wir nicht gönnen können, uns nicht für andere freuen können. Sondern dass wir feststellen: Der wird schon sehen, was er davon hat. Zeitlebens sind diese beiden Betrachtungswelten auf mich niedergerieselt. Zum einen dadurch gepägt, dass Menschen anderen nichts zutrauen können, wollen und dürfen, um ihr Selbstwertgefühl nicht unötig zu belasten. Und zum anderen dadurch, dass Menschen immer vom Negativen ausgehen. Das als Normalbefund ansehen. Ganz nach dem Motto: Was gut anfängt, wird schlecht enden, was schlecht anfängt, wird ganz übel enden. Das stimmt alles nicht. Alles hat seinen Verlauf. Kein Fluss fließt wie ein zweiter. Nicht mal zwei identische Schneeflocken wird man entdecken. Somit ist die Welt der Anderen die Welt, aus der man Sichtweisen mitnehmen kann. Wer mal im Meer tauchen war, weiß wovon ich spreche. Es ist so schön, von den Blickwinkeln der Anderen etwas für sich mitzunehmen. Neid und Missgunst sind hier nur hinderlich. Ich glaube, die Menschen wäre glücklicher, wenn sie die Welt der Anderen einfach zulassen könnten. Und aus ihr Schlüsse für sich selbst ableiten könnten. Denn die Welten der Anderen sind oft voller Überraschungen. Man muss sie nur sehen wollen.

foto: peter von felbert

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Unglaubliches in Sachen Glaubensfragen

Der Glaube ersetzt das Wissen um etwas, da eine Allwissenheit ausgeschlossen ist und jedes Individuum im Verhältnis zu dieser Allwissenheit im Prozentbereich unter 1 bleibt. Sicherlich erst nach einer Null vor dem Komma und vielen Nullen nach dem Komma. Deshalb hat die Natur uns den Glauben mitgegeben, der ausreicht, um wichtige Entscheidungen zu treffen. Somit treffen wir den absoluten Großteil unserer Entscheidungen nicht mit der Unterstützung des Wissens um eine Sache, sondern emotional mit Unterstützung des Glaubens. Somit ist diese geistige Fähigkeit neben der Intuition, der Hoffnung, der Liebe, dem Glück, der Sicherheit und der Angst eines der wesentlichen charakterlichen Merkmale des Menschen.
Doch typisch Mensch setzt er alle seine Waffen nicht nur für, sondern zugleich auch gegen sich ein. Denn der Glaube beruht immer auf einer eher dogmatischen Ansicht. Was man nicht wissen kann, muss man mit aller Kraft glauben. Er ist deshalb nie klar zu begründen und zu beweisen. Soll er ja auch nicht. Es reicht zu glauben. Nur genau hier liegt die Gefahr im Glauben. Was, wenn sich jemand diesen Glauben zueigen macht und ihn als Instrument einsetzt?
Wie die Lottogesellschaften sich dem emotionalen Verlangen nach Lebensglück bedienen. Oder Versicherungen sich dem Schutz vor der Angst widmen. Die wohl größten Branchen beruhen eigentlich immer auf denselben Prinzipen, nämlich denen, die man nicht so einfach begründen kann. Das Auto steht für Unabhängigkeit. Die Zigarette für Freiheit. Der Glaube für Schutz. Und da der Mensch in seinem endlosen Verlangen nach Macht und Reichtum alles bereit ist zu tun, hat man auch den Glauben benutzt.
Schade, denn die reinste Form von Glauben ist wunderbar. Der Glaube, dass Kinder gesund bleiben. Der Glaube, dass eine Liebe für ewig hält. Der Glaube, dass eine Idee funktioniert. Der Glaube, Ziele erreichen zu können. Der Glaube, andere für seine Ideale gewinnen zu können. Der Glaube, dass die Gemeinschaft einen nicht im Stich lässt. Der Glaube, dass andere so gut sind, wie man selbst zu anderen ist. Der Glaube, dass es gut gehen wird.
Der Glaube ist ein tolles Instrument unserer geistigen Fähigkeiten, aber zugleich auch ein sehr gefährliches. Eines der Gefährlichsten. Denn wer den Glauben nur benutzt, um andere in der Unwissenheit zu bewahren, um sich daraus einen Vorteil zu verschaffen, der schadet der eigentlichen Idee vom Glauben. Ich empfinde es noch heute als die größte Herausforderung, Menschen nicht zu enttäuschen, die an mich glauben. Es bricht mir geradezu das Herz, es bereitet mir körperlichen Schmerz, wenn Menschen mir glauben und ich diese enttäusche. Mir ist auch das in meinem Leben passiert. Nicht nur einmal. Es war immer wieder furchtbar. Denn mit jedem Mal begegnet man auch der Gefahr, den Glauben an sich selbst zu verlieren. Was dazu führt, dass man bereit ist, weiter und weiter zu gehen in eine falschen

Richtung und den Glauben somit völlig zu missbrauchen.
Ich bin mir sicher, dass mir dies nicht widerfahren ist. Glaube ich. Immer habe ich den Weg zurück gesucht und gefunden. Wenige Menschen haben den mir so wichtigen Glauben an mich verloren. Eigentlich nur die, die letztendlich falsche Interessen vorgespielt haben. Und damit kann ich gut leben. Ich glaube nicht an Gott. Aber ich glaube an den Glauben. In jeder Form. Somit fühle ich mich in allen Religionen in der Glaubensfrage zu Hause, aber nie in dem, was daraus instrumentalisiert gemacht wurde. Manchmal denke ich, dass mein Glauben stärker ist, als der von vielen überzeugten Kirchgängern. Denn ich höre nicht auf, an das Gute zu glauben. Weil ich davon überzeugt bin, dass das, was wir glauben, auch Wirklichkeit wird.
Somit empfinde ich sogar eine Art von Verantwortung dafür, meinen Glauben an das Gute in alles mit einzubringen, was ich im Laufe meines Leben so mache. Es fällt mir auch nicht schwer. Denn es entpringt einer inneren Überzeugung. Auch ich habe schon gebetet, weil mein Glaube an etwas vor einer großen Herausforderung stand. So etwas wie eine große Glaubensprüfung. Somit habe ich das Wort an den Glauben gerichtet. Allein die Energie und das Gefühl, was mich in diesen auswegslosen Situationen beschlichen hat, hat meinen Glauben gerechtfertig. Wäre es schief gegangen, könnte ich meinen Zweifel am Glauben auch niemanden mehr mitteilen. Es ist bis jetzt aber alles gut gegangen. Genau darum hege ich keinen Zweifel. In Sachen Glauben bin ich gerne leichtgläubig. Glaube ich jedenfalls.

Schweres Thema. Vielleicht zu schwer für einen Blog wie diesen. Aber jetzt ist es geschreiben.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Dienstag, 6. März 2007

My old place to be

Wir ziehen um. Von einem Ort zum anderen. Nicht weit weg. Aber an einen anderen See. Da heißt es zum einen Abschied nehmen und zum anderen Willkommen heißen. Das war die letzten 7 Jahre mein Platz. Hier habe ich oft gesessen, gelegen und gestanden. Bei jedem Wetter. Zu jeder Tag und Nachtzeit. Nachgedacht, ausgedacht, durchdacht, bedacht, überdacht. Hier war ich traurig und über glücklich. Hier habe ich aufgetankt. Entschlüsse gefasst. Und oft an nichts gedacht. Meine Ängste besiegt und meine Willenskraft aufgeladen. Positionen bezogen. Meinung gebildet. Ideen geboren und verworfen. Und manchmal, man glaubt es kaum telefoniert. Es ist der Ort meiner größtmöglichen gefühlten Freiheit. Ich werde einen Neuen brauchen und finden und euch zeigen. Da bin ich mir sicher.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 09:40

Montag, 5. März 2007

Fremd

Alles, was uns fremd ist, dem begegnen wir mit Distanz. Das liegt in der Natur der Sache. Das war mal gedacht zum Schutz. Was wir nicht kennen, ist nicht Bestandteil unseres Daseins. Somit könnte es dasselbe gefährden. Schon sehr früh wird man an alles mögliche herangeführt, damit diese Dinge uns bekannt sind. Und nicht fremd. Somit scheint "bekannt" für unsere positive Wahrnehmung eine zentrale Rolle zu spielen. Wenn nicht sogar die zentrale Rolle.

Das Fremde hat sich verselbstständigt. Weil wir alle Gefahrenherde der natürlichen Art weitesgehend im Griff haben. Ausgerottet sozusagen. Aber der Instinkt schlummert immer noch in uns. Somit wittern wir in allem Fremden weit aus größere Gefahren, als es eigentlich zu erwarten wäre. Wir projezieren unsere natürliche Schutzhaltung auf alles mögliche. Somit gehen sogar häufig Gefahren von Dingen aus, dass man nur darüber den Kopf schütteln kann.

Diese Entwicklung kann man sich sogar zu eigen machen. Für sich nutzen. Man muss nur die Angst vor dem Fremden schüren. Damit muss natürlich ein Zweck für einen selbst verbunden sein. Aber Angst zu schüren muss man wollen. Ich will das nicht. Ganz im Gegenteil. Ich will möglichst viel Fremdes zu Bekanntem machen. Das ist so eine Art innerer Auftrag. Denn ich versuche in allem umzusetzen, was ich mache. Denn die Energie, die man aufwendet für eine unbegründete Angst vor etwas Fremden, was alles andere als gefährlich ist, kann man für viel schönere und sinnvollere Dinge einsetzen.

Hinter das Fremde schauen, nicht um es sich zum Freund zu machen, sondern um dieses Gefühl der Befürchtung dem Fremden gegenüber erst gar nicht aufkommen zu lassen. Denn in einigem Fremden stecken wirklich Gefahren. Aber nicht, weil es jemand sagt, sondern weil ich es entdeckt habe.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:01

Kommmmmmunnnnnnikation

Ich habe gestottert. Bis zu meinem 16. Lebensjahr habe ich kaum einen Satz geradeaus über meine Lippen gebracht. Das war eine Qual. Eine unendliche Qual. Vor allem in der Schule. Wer stottert, den begleitet immer das Vorurteil, er hätte was am Kopf. Eine Form von Geistesstörung. Er wird gehänselt. Man lacht laut, oder noch schlimmer, hinter vorgehaltener Hand über Stotterer.

Die allerschlimmsten Sitationen haben einem die Lehrer beschert. Wenn sie mich unaufgefordert drangenommen haben. Zum Vorlesen. Beim Vorlesen ist der Stotterer hoffungslos verloren. Weil er die Buchstaben nicht austauschen kann. Stotterer haben Buchstaben, die gar nicht gehen. Die nicht über die Lippen gehen. Dann gibt es noch eine nicht geringe Zahl von schweren Buchstaben. Und der Rest geht so. Somit wählt der Stotterer immer am Anfang eines Satzes Buchstaben, die ihm einfach über die Lippen gehen. Das geht beim Vorlesen nicht. Da steht, was da steht. Das ist der totale Horror. Lehrer haben früher keine große Rücksicht auf diesen Defekt in der Sprachmotorik genommen. Darum habe ich mich oft nicht gemeldet, obwohl ich die Antwort wusste. Oder ich habe einfach gesagt, ich weiß es nicht, um der Antwort ausweichen zu können.

Es schmerzt junge Menschen, wenn pausenlos über sie gelacht wird. Ab irgend einem Zeitpunkt habe ich mich dann entschieden anzugreifen. Ich wollte nicht mehr schweigen. Es war mir egal. Mein Ziel war es, selbst das Stottern zu überwinden, in dem ich mich pausenlos dem Sprechen aussetze. Da mussten alle mit durch. Mir war es eagl, ob die Mitschüler lachten. Mir war es egal, wie quälend dieses Gestottere für meine Umwelt gewesen sein muss. Mein Leben sollte nicht durch das Stottern berschränkt bleiben. Somit habe ich mich pausenlos in den Pausen geprügelt. Jeder, der glaubte, auf meine Kosten Witze machen zu können, bekam eine Tracht Prügel.

Dann wurde ich auch noch Klassensprecher. Die Betonung liegt auf Sprecher. Dem war nicht genug. Nein, ich wurde auch noch stellvertretender Schulsprecher. In einer Schule mit über 2.800 Schülern. Das bedeutet 12 Klassen in jedem Jahrgang bis zur Zehnten. Und so ging es weiter. Mein Selbstbewusstsein habe ich mir erkämpft und erredet. Immer und immer wieder.

Irgendwann war es dann vorbei. Oder sagen wir mal, so gut wie vorbei. Den Zeitpunkt kann ich nicht genau benennen. Es war ein fließender Übergang vom Stotterer zum Sprecher. Aber die Qualen sind mir noch in schlechter Erinnerung. So sehr, dass bis heute diese Zeit mir einen Schatten der Minderwertigkeit vorauswirft. So wie es aussieht, bis an mein Lebensende. Denn ich kämpfe noch immer. Jeden Tag. Jetzt nur mit anderen Waffen. Ich kämpfe um gute Kommunikation. Weil es für mich mehr ist als ein Anliegen. Es ist mir ein Bedürfnis, dass Kommunikation funktioniert. Mein Handycap von damals ist dabei mein größter Trumpf. Es ist meine größte Stärke geworden. Vieles, was ich heute bin und kann, verdanke ich dem Stottern. Das ist doch verrückt.

Deshalb, genau deshalb, ist und bleibt mir so unendlich viel an der Kommunikation gelegen. Ein Stotterer entwickelt eben Fähigkeiten, die andere nicht haben. Das muss er. Ebenso wie andere es nicht müssen. Blinde teilen dasselbe Glück. Gehörlose und Stumme. Sie entwickeln Fähigkeiten auf Gebieten, die anderen für immer in der Intensität verschlossen bleiben. Das ist nur fair. Denn es ist ein Ausgleich für das eigentliche Handycap. Mit dieser Einstellung sollte man alle Menschen mit Handycap betrachten.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Freitag, 2. März 2007

Lust

Es wäre zu schön, um wahr zu sein. So einfach kann man es sich nicht machen. Leben nach dem Lustprinzip. Sich ständig nur diese zwei Fragen beantworten: Was will man? Und: Was will man nicht? Wie oft überkommt einen die Lust? Die pure Lust. Und man kann diese nicht in entsprechende Bahnen leiten. Sondern diese muss sich mal wieder in Wohlgefallen auflösen. Wenn man fähig wäre, der Lust ebenso zu folgen wie seinen Ängsten, das wäre wunderbar.

Aber der Lust fehlt es oft an Durchschlagkraft. Was man von der Befürchtung leider nicht sagen kann. Die Lust klopft meist nur vorsichtig und leise an. Antwortet aus der Gefühlswelt niemand, dann dreht sie einfach wieder ab. Sie versucht es einfach später noch einmal. Und wieder später und wieder und wieder. Bis sogar der Lust die Lust vergeht.

Die Lust soll man zügeln heißt es. Dabei wäre ein Leben nach dem Lustprinzip sicher kein schlechteres. Denn man würde sich von vielen Ergebnissen unabhängig machen, weil die Lust einem wesentlicher erscheint. Die Lust am Spiel. Man stelle sich nur mal vor, im Fußball würde die reine Lust regieren. Oder in der Arbeitswelt. Produkte würde nur aus reiner Lust entwickelt. Man würde sich nur mit Menschen umgeben, die gegenseitig die nötige Lust empfinden können. Immer an der Lust entlang. Da, wo es sich gut anfühlt, hingehen. Auch wenn natürlich nicht alle auf dasselbe Lust haben. Oder nicht zur selben Zeit. Oder am selben Ort. Trotzdem wäre ein Lebensweg nach dem Lustprinzip bestimmt ein schöner.

(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Hausbesuch bei der note Werbeagentur München)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Auf und nieder immer wieder

Das Leben soll bekanntlich eine Achterbahn sein. Das kann ich nicht ganz nachvollziehen, denn ich kann nicht Achterbahn fahren, mir wird schlecht. Nehmen wir diese Analogie trotzdem mal beim Schopf, dann zielt sie auf ein ständiges Auf und Nieder. Gut. Aha. Bei einer Achterbahn dreht sich das Leben nur ständig im selben Kreis. Somit kennt man die Auf und Nieder irgendwann, und sie entlocken einem nur noch ein müdes Lächeln.

Ich weiß nicht. Mein Motto lautet: Wenn Du denkst, es geht nicht mehr, dann kommt von irgendwo noch ein größerer Hammer her. Das Leben verläuft zudem alles andere als auf Schienen. Somit mag ich dieses Bild vom Leben nicht. Genauso wenig wie: Der Weg ist das Ziel. Mag ich auch nicht. So ein Quatsch mit Soße. Das Ziel ist das Ziel.

Und wenn man überhaupt ein modernes Bild für den Lebensweg benutzen will. Dann denke ich, das Leben ist wie eine Autofahrt durch den Ruhrpott, ohne Navi, wenn man noch nie da war. Tausende Ausfahrten, die alle so richtig wie falsch sind. Und nur eine ist wirklich richtig. Tausende Auffahrten, die zum Ziel führen könnten. Könnten. Und nur eine ist die richtige. Tausendmal verfahren und doch wieder auf der richtigen Autobahn gelandet. Tausendmal nach dem Weg gefragt. Immer eine andere Antwort bekommen oder nichts verstanden. Tausende Wegweiser und Schilder, die einem nicht immer den richtigen Weg weisen. Oder die man nicht gesehen hat. Zu spät erkannt. Und dann in tausenden von Baustellen gestanden. In Staus auf dem Weg zum eigenen Ziel. Der Lebensweg ist wie die alte B1. Du weißt nie, wo du ankommst. Du fährts immer so mit – mit allen. Du glaubst, du müsstest eigentlich richtig sein. Aber dann ...

(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Achterbahn Aufbau auf der Wiesn)

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Donnerstag, 1. März 2007

Entwicklung

Alles entwickelt sich. Entweder vorwärts oder rückwärts. Dabei ist nicht die Entwicklung ausschlaggebend, sondern an welchem Punkt man selbst ausgestiegen, eingestiegen oder mitgegangen ist. Somit kennen wir selbst nur einen winzigen Bruchteil der Entwicklungen. Das ist schade, denn vieles hat sich so weit entwickelt, dass unsere Annahmen völlig falsch sind. Somit auch unsere Meinung. Nehmen wir mal das Thema Atomkraft. Der Wissenstand ist immer noch der von der Zeit aus Tschernobyl. Das war im April 1986. Das ist somit über 20 Jahre her. Somit könnte man annehmen, dass sich die Atomkraft in allen Ecken und Enden weiter entwickelt hat. Computer im Jahr 1986 hatten zum Teil noch nicht mal eine Festplatte. Taschenrechner waren von Texas Instruments und konnten nur einen winzigen Bruchteil dessen, was heute einer kann. Von Handys noch keine Spur. Autotelefone kosteten über 12.000 DM und wogen mit Batterie ca. 5 Kilo. Aus heutiger Sicht ist das Jahr 1986 die digitale Steinzeit. Nix Premiere Fussball. Nix DVDs. Nix iPod. Da war nix und trotzdem konnten wir leben. Unvorstellbar. Somit hat auch die Erforschung des Weltraums mit der Technik von 1969 nix mehr zu tun. Jedes Handy hat heute mehr Speicher und Funktionen, als die damals zur Verfügung hatten, um auf den Mond hin und wieder zurück zu kommen. Die meisten Menschen steigen irgendwann aus der Entwicklungen aus. Sie lernen nichts mehr dazu. Somit ist der Wissensstand zunehmend rückständiger. Was bedeutet, dass eigentlich die Schule nicht mit dem Abitur enden dürfte. Sondern alle einen Monat im Jahr auf den globalen Entwicklungsstand geholt werden müssten. Bis dass der Tod dieses Lernen ein für alle mal abbricht. Lernen müsste eigentlich lebenslänglich dauern. Damit wirklich mündige Bürger über alles richtig entscheiden können. Somit könnten auch Interessengruppen, Lobbys, Politik und Wirtschaft nicht so einfach Meinungen manipulieren für ihre niederen Interessen. Gen-Technik - davon hat doch keiner einen blassen Schimmer. Gesundheitspolitik? Bildungspolitik? Medizin? Recht? Europa? Wirtschaft? Banken? Steuern? China? Technologie? Internet? Medien? Ernährung? Erziehung? Wir wissen, dass wir nicht nur nichts wissen, sondern dass unser Wissen zum Großteil auch noch veraltet ist. Wer heute nach Jahren einen innerdeutschen Flug tätigt, der kommt sich vor wie in einer anderen Welt. Was für ein Vorsprung, auf diesem Globus, wenn wir ein Land wären, das nicht aufhörte dazuzulernen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:06

The Good One

Es geht um die Guten und die Anderen. Es ist kein Bestandteil der natürlichen Selektion, dass es die Guten schaffen. Ein Ziel oder eine Position erreichen. Ganz im Gegenzteil. Wer weit kommen will oder sollte, dem stehen ungeahnte Hindernisse entgegen. Im Lauf der Jahre sind mir sehr viele tolle Menschen begegnet. Und einige davon begleiten mich. Aber ich kann nicht sagen, dass es die Guten meistens bis nach ganz vorne geschafft haben. Die Guten sind alle die, denen es um das bessere Ergebnis vor allem geht. Die Menschen sehen und mit einbeziehen. Die Rücksicht nehmen, aber klar in der Sache bleiben. Die sich selbst nicht bevorteilen wollen. Sondern – wenn überhaupt – am Erreichten teilhaben wollen. Die einfach höflich sind, zuvorkommend, auch mal nachsichtig. Die mit nichts drohen, was sie ohnehin nicht bereit wären, einzusetzen. Die Bitte sagen können und Entschuldigung.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:03

Luxus vom anderen Ende

Nicht selten stammt Luxus vom anderen Ende. Was früher den Ärmsten der Armen blieb, ist irgendwann zum Hochgenuss aufgestiegen. Was man weggeworfen hat, als Überreste oder Abfall, avanciert heute zum Hochgenuss. Wie kommt das? Der Kaviar, der arglos aus dem Unterleib der trächtigen Lachse geschnitten wurde. Die Pizza. Das Gericht der Armen, bei dem alle Reste der Woche auf ein Stück Teig vereint wurden. Es gibt eine Reihe von Beispielen,

in denen Dinge des Lebens von der einen Seite zur anderen wechseln und dabei bis hin zu unerschwinglich werden. Es zeigt aber eins deutlich, nichts ist wertvoll an sich, sondern weil der Mensch es wertvoll macht. Das Prinzip Angebot und Nachfrage treibt schon sehr bunte und verwunderliche Blüten.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Mittwoch, 28. Februar 2007

Die Milch brennt an

Wenn ich für einen oder mehrere herrliche Milchkaffees Milch aufsetze, auf den Herd, dann kocht diese in mehr als 70% der Fälle über. Das ist nicht nur ärgerlich, sondern auch peinlich. Denn alle meine Mitarbeiter bekommen das mit. Wenn ich wieder die Dunstabzugshaube auf volle Touren drehe. Fluche. Und mit dem Schaber auf dem Ceranfeld herumkratze. Aus diesem Grund erklären sich in der Regel alle bereit, den Kaffee zu machen.
Warum bin ich einer solch einfachen Handlung so gut wie unfähig? Nun folgt der Versuch einer Erklärung. Ich kann einfach nicht mehrere Dinge gleichzeitig tun. Sondern ich kann die Dinge nur hintereinander tun. Sehr schnell und auch sehr gut. Aber nur, wenn ich sie hintereinander mache. Nicht gleichzeitig.
Frauen zum Beipiel können mehrere Dinge gleichzeitig. Ohne dass etwas schief geht oder die Qualität darunter leidet. Oder Menschen, die im Kopf die Gleichzeitigkeit für einen Moment abschalten können und sich so einer anderen Sache wie Milch Kochen voll und ganz widmen.
Ich hingegen gehe mit einem Kopf voller Dinge in die Küche. Setze die Milch auf und denke, währenddessen schnell noch was erledigen zu können. Und bums, da ist es schon wieder passiert. Ich habe die Milch total vergessen. Somit kocht diese nicht nur über, sondern erst, wenn der beißende Geruch meine Nase erreicht oder das Zischen auf der Herdplatte mein Ohr, bemerke ich überhaupt, was los ist. Das ist verrückt. Aber ich habe mich mit diesem Umstand arrangiert. Und allen klar gemacht, dass ich nichts gleichzeitig machen kann und will. Alle wissen das.
Somit tun mir alle den Gefallen und fordern die Dinge hintereinander von mir. Das klappt hervorragend. Bei allem anderen komme ich völlig durcheinander und verliere den Faden. So saß ich früher oft in Meetings, konnte aber unmöglich bei der Sache sein. Das passiert mir heute nicht mehr. Denn wenn ich etwas mache, mache ich im Kopf nichts anderes. Und sollte es mir doch mal in die Quere kommen, dann stoppe ich alles. Bringe schnell die Dinge im Kopf aus meinem Kopf. Sofort. Dann bin ich da. Und zwar voll und ganz.
Geht es anderen auch so? Leiden durch das Überlagern von Anforderungen die Menschen wie ich früher und auch das Ergebnis? Was für eine völlig blöde Zeiterscheinung. Die Gleichzeitigkeit. So eine Art Jonglieren mit 10 Bällen, 8 Keulen, von denen 4 brennen. Und am linken Bein rotieren zusätzlich 4 Ringe. Und auf der Nasenspitze sitzt eine Stange, auf deren oberem Ende sich ein großer weißer Teller dreht. Dabei ist man noch gefesselt und hat die Augen verbunden.
Ich bin gegen die Gleichzeitigkeit. Ich bin für die Hintereinanderzeit. Wenigstens für Menschen wie mich. Vielleicht sind es ja nicht so viele? Vielleicht aber doch!

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:04

Die Vorboten

Das wird ein sensationelles Jahr. Ich spüre das. Alles kommt immer mehr zusammen. Der Nebel einer Geschäfts- und Lebensplanung lichtet sich. Arbeits- und Lebensqualität haben eine immer größere Schnittmenge. Ich habe keine Ahnung, warum. Das stand sicher in keinem Horoskop. Was ich nicht weiß, denn ich habe in diesem und für dieses Jahr keine gelesen. War nicht nötig. Denn irgendwas in mir gibt mir die Gewissheit, die Zuversicht und das gute Gefühl, weiter so. Genau so. Dabei geht es nicht um Geld. Nicht nur um Geld. Die Geschäft laufen so wie sie laufen. Nein, es geht viel mehr um Gemeinsamkeiten, Gleichgesinnte, Familie, Freunde und Bekannte. Es geht um die Zeit in Übereinstimmung mit einem selbst. Im Gleichgewicht. Mein Leben wird immer mehr zu einem nicht enden wollenden Urlaub auf Lebenszeit. Diese Entwicklung werde ich sicher nicht aufhalten. Vor allem, wenn ich mal den Blick zurück werfe. Oder auf meine Umwelt. Manchmal kann ich mein Glück kaum fassen. Manchmal? Eigentlich ständig. Es gehen sogar Wünsche in Erfüllung, von denen ich gar nicht wusste, dass ich mir diese gewünscht hätte. Bis sie eben in Erfüllung gingen. Das einzig Kritische an diesem Zustand ist, dass ich diesen nur exakt in diesem Moment genießen kann. Nur in diesem Augeblick. Bis der nächste Hammer auf mich nieder rauscht. Aber bis dahin ist es einfach nur wundervoll.

(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Shooting für Fritz Berger Katalog, im Auftrag der note Werbeagentur in München)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Dienstag, 27. Februar 2007

Guerilla Marketing muss man wirklich wollen

Guerilla Marketing, die Komplett-Auflösung für kleine Budgetbeutel. Für alle, die viel, viel mehr wollen, als es der Blick in den Budgetbeutel zulässt. Die Gangart um die Aufmerksamkeit wird härter, vor allem auf der Straße. Jetzt zahlen die Budgets nicht mehr die Kunden, sondern die Versicherungen. Das ist das Guerilla-Modell: Ups. Wie konnte das passieren?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 13:44

Widerspruch

Oft sind wir mehr oder weniger verwundert, wenn wir in eine Materie eindringen, was wir alles antreffen. Dasselbe gilt auch für Menschen. Da läuft man Jahre aneinander vorbei. Hat sich längst ein Urteil gefällt. Und dann stellt sich alles ganz anders dar. Ich kann getrost von mir behaupten, dass ich grundsätzlich davon ausgehe, dass alle anderen Menschen eigentlich Arschlöcher sind. Klingt dumm, ist es auch.
Aber das ist so eine Mechanik, die man sich angewöhnt, wenn man zu faul ist, neue Menschen kennenzulernen. Denn von der Position aus, die sind bestimmt blöd, kann man beruhigt auf seinem Platz verharren, in Ruhe seine Zeitung weiter lesen und seinen Wein allein und in Ruhe trinken. Bemerke, zweimal Ruhe in einem Satz. Man muss sich nicht die ganzen langweiligen Lebensgeschichten anhören und die noch langweiligeren Lebensweisheiten, Lebensentwürfe und was am allerschlimmsten ist: die allerlangweiligsten Lebensratschläge.
Das ist bequem. Sehr bequem. Das ist so, als ob man keine Lust auf Reisen hat, und jeden negativen Aspekt so lange hervor holt, bis dem Partner auch die Lust vergangen ist. Das wirklich Dumme an dieser Faulheit und Einstellung ist: Man lernt nichts aus dem Blickwinkel anderer Menschen. Weil man nur seine eigenen sieht oder die der wenigen, die man schon kennt. Mit jedem anderen Blickwinkel gesellen sich unglaubliche viele Erkenntnisse hinzu. Wird Unbekanntes zu Neuem. Von den Sichtweisen anderer kann man unendlich viel profitieren.
Darum quatsche ich alle Menschen voll. Auch Arschlöcher. Ziehe sie in Gespräche rein, die sie selbst nicht wirklich wollen. Ich verzehre mich nach anderen Sichtweisen. Wenn ich mal Lust habe. Denn nur aus meiner Sicht die Dinge zu betrachten, erscheint mir nicht nur einsilbig und eintönig, sondern vor allem auch noch einfältig. Das entscheidende bei der Zusammenkunft ist, dass man von jeder was für sich ziehen kann. Ob vom Metzger oder Friseur, von der Politesse, vom Finanzbeamten, Taxifahrer und so weiter. Es sind nicht die vermeintlich wichtigen Menschen, die berühmten oder reichen, von denen man zehren kann. Nein, es sind primär die die kleinen Geschichten.
Man kann 2.000 mal Sabine Christansen sehen und bleibt ohne eine einzige Erkenntnis. Aber von einem Taxifahrer, der seit 50 Jahren Taxi fährt. Und dessen Taxi 860.000 km auf dem Buckel hat, erfährt man in 20 Minuten mehr. Viel mehr. Es ist egal, was das für Menschen sind, ob man die nur einmal in seinem Leben trifft, oder mehrmals. Wer nicht die Geschichten aus den Menschen zieht, der vergibt sich was. Und zwar viel. So kann ich behaupten, dass ein nicht kleiner Teil meines Wissens, sagen wir mal 40%, aus den Geschichten anderer Menschen resultiert.
Die Kunst liegt nur darin, die richtigen Fragen zu stellen. Den Menschen die entscheidenden Geschichten zu entlocken. Es bringt nichts, den Taxifahrer nach dem Wetter zu fragen. Oder ob die Stadt schön ist. Sondern man muss sich den Menschen ansehen und ihm seine zentrale Geschichte entlocken. Das ist unglaublich. Denn wenn man diese Quelle einmal erreicht, dann sprudelt es nur so aus ihnen herraus. Aus den Menschen, die viele einfach nur für Arschlöcher halten. Was sie eventuell auch sind. Na und! Die Story eines Arschlochs kann viel interessanter sein als die eines anderen. Es geht um den Austausch. Den Transfer. Profitier von den Sichtweisen anderer. Der Aufwand ist minimal. Man sitzt ohnehin im Flugzeug, im Bus, in der Bahn, im Taxi, im Cafe. Also, frage ich mich meistens, was könnte seine Geschichte sein. Wenn ich Lust habe. Wenn nicht, dann denke ich mir einfach: Was für ein Arschloch ist das wohl? Denn ein ständig gespannter Bogen verliert an Treffsicherheit. Deshalb müssen die Geschichten manchmal in den Köpfen bleiben.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:17

Nichts gewonnen und nichts gelernt

Es ist schon lange her. Da machte mein Vater bei einem Fotowettbewerb mit. Initiiert hat diesen RWE. Ich erinnere mich, dass mein Vater sich inspiriert und motiviert fühlte, an diesem teilzunehmen. Und die Absicht hatte, diesen auch zu gewinnen. So kam er nach reiflicher Überlegung auf die Idee zu diesem Motiv. Energie, vor allem die Hochspannungsleitungen, sollten auf positive Art und Weise eingefangen und dargestellt werden. Ich war noch Schüler und entgegnete meinem Vater nur: Mit dem Bild hast du den letzten Platz sicher. Denn laut Wettbewerbsbedingungen zeigst du genau das Gegenteil. Er sah das nicht so. Und schickte das Foto ein. Und gewann nicht. Natürlich nicht. Denn das Motto des Wettbewerbs hat das genaue Gegenteil im Sinn. So sehr kann man neben einem Briefing liegen. Das habe ich damals schon erkannt. Wie heute.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:13

Montag, 26. Februar 2007

Idylle – Falsche Vorstellung

Versunken im eigenen Stress. Genau dann kommen mir immer diese wunderbaren Alternativen in den Kopf. Als ich noch in Düsseldorf lebte, bewunderte ich auf dem Rhein immer die Kapitäne der Lastenschubschiffe. Die tuckerten so friedlich den Rhein herunter. Den Golf vorne links auf dem Obderdeck geparkt. Die Wäsche im Fahrtwind auf der Wäschespinne. Meine Vorstellung war eine perfekte. Ich stehe am Steuer, höre den ganzen Tag klassiche Musik. Die Menschen winken mir freundlich zu ...
Dieselbe Hoffung hat man auch auf Reisen durch Bayern. Wenn einem die Wahl der eigenen Verantwortung mal wieder über den Kopf steigt, kommt mir diese bäuerlichen Idylle in den Sinn. Mit den Hühnern aufstehen und mit den Kühen ins Bett gehen. Draußen auf dem Feld. Drinnen am Kachelofen.
Alles natürlich totaler Quatsch und Unsinn zugleich. Denn die Hoffnung trügt. Da wo man vermeintlich das Nirvana vermutet, erwartet einen der totale Hammer. Das ist man klar. Wenn man nur einen Schritt weiter geht und denkt, wird einem das sofort klar. Alle sich bietenden Alternativen sind keine, weil man nicht hinter die Kulissen blicken kann. Es gibt keine Einfachheit, die einem das Leben einfacher macht. Sondern das, was man sucht, steckt in einem selbst. Denn man kann als Schubschifffahrer und Bauer und Werber total gestresst sein oder total in der Aufgabe aufgehen. Das ist keine Frage der Wahl, sondern vorallem der Einstellung. Das ist so klar wie Kloßbrühe. Das ist so, als ob man immer im Stress der eigenen Beziehung glaubt, dass es woanders besser wäre. Auch Blödsinn. Alles eine Frage der Einstellung. Mal angenommen, man hat alles in allem eine gute Wahl getroffen.
Deshalb klage ich nicht mehr. Nicht über meine Branche. Nicht über meinen Job. Und ich idealisiere nicht mehr, was andere haben. Sondern ich gehe in mich und frage mich: Was ist los? Und beantworte mir die Frage mit zwei einfachen Antworten: Ach, ist nicht so schlimm. Oder: Das muss ich ändern.

(Foto: Peter von Felbert; Motiv: Bauernhof)

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Ein Bruder

Das ist mein Bruder. Andreas. Er war der älteste meiner vier Geschwister. War?! Ja, er ist seit einigen Jahren tot. Er ist an Aids gestorben. Infiziert hat er sich während seiner Heroinsucht an einer Spritze. Oder bei einer Freundin, die auch Aids hatte. Ich weiß es nicht genau. Ist im Ergebnis auch Nebensache. Mein Bruder war vor langer Zeit deutscher Meister im Judo. Hatte über Jahre eine feste Freundin. Und er war gut in der Schule.

Da ich der Kleinste war, war er natürlich eines meiner großen Vorbilder. Denn er war in allen wesentlichen Parametern außerordentlich stark. Sehr stark. Somit wollte ich unterschwellig so sein wie er. Und wie mein anderer Bruder. Eigentlich wollte ich immer das Beste aus beiden sein. Genau das bin ich irgendwie auch hoffentlich geworden. Andreas gelang vordergründig eigentlich alles. Alles, was er sich vornahm, erreichte er oder bekam er auch. Er hat sich alles verdient. Er hat nichts geschenkt bekommen. Das imponierte mir. Die Geschichte würde zu lang, darum komme ich jetzt zum eigentlichen Learning für mein Leben. Das in allen Entscheidungen mitschwingt.

Nicht ist so, wie es scheint. Nicht bleibt so, wie es ist. Alles ist nur eine Momentaufnahme. Und wir können nicht hineinsehen in die Wirklichkeit. Da wo es oftmals wichtig wäre. Deshalb müssen wir uns immer an unsere Intuition halten. Denn rückblickend ist mein Bruder daran gestorben, dass er davon überzeugt war, dass nichts ihn umbringen könnte. Weit gefehlt. Dass seine Kräfte ihn alles bewältigen lassen würden. Überschätzt! Das ist eigentlich eine sehr positive Kraft und Einstellung. Außer sie verläuft plötzlich in die falsche Richtung. Dann ist diese Kraft ebenso negativ zerstörerisch wie sie auch positiv aufbauend sein kann. Das ist ein schmerzhafte und bittere und emotional sehr teure Erkenntnis, die mir zeitlebens sehr geholfen hat.

Denn auch in mir schlummern Kräfte, die, wenn sie falsch kanalisiert werden, sehr destruktiv und zerstörerisch sein können. Der Hang zu Suchtverhalten ist allgegenwärtig. Ebenso der, etwas Schönes zu schaffen. Der Schritt auf die falsche Seite ist eben auch nur ein Schritt, ebenso wie der auf die richtige. Wer die Grenze vom Licht ins Dunkle

überschreitet, muss damit rechnen, nicht mehr zurück zu kommen. Dabei ist es egal, wie weit man geht. Die falsche Richtung ist das Problem. Und die fehlende Kraft, diese wieder zu ändern. Weil alles gebraucht und verbraucht wird, um tiefer und tiefer im Dunklen zu versinken. Der Energie ist egal, in welche Richtung sie verläuft. Und dabei ist es egal, ob man als Workaholic oder als Drogenabhängiger endet. Das Ergebnis ist dasselbe. Höchststrafe: frühzeitiger Tod.

Das ist wie Wasser, das seinen Weg immer findet. Deshalb ist Vorsicht geboten, auf wen man mit dem Finger zeigt, wenn man selbst schon längst einer anderen Sucht verfallen ist. Der Machsucht. Der Anerkennungssucht. Das Konsumsucht. Der Sucht ist egal, welcher Energie sie sich in falscher Richtung bedient. Sie endet immer gleich. In einer furchtbaren Katastrophe. Die Richtung, in die meine Energie fließt, muss ich immer kontrollieren. Bei allem, was ich mache. Eigentlich sollte eine Gesellschaft hier klare Richtungen vorgeben, meint man. Oder das Elternhaus, denkt man. Oder einfach die Vernunft. Aber so einfach ist es nicht, wenn solche Kräfte wirken. Man ist dafür schon selbst verantwortlich. Es ist ja auch eine Gabe, mit seinen Kräften, die einem gegeben sind, etwas durch und durch Schönes zu schaffen. Bei meinem Bruder ist die Bewegung irgendwann langsamer geworden. Dann zum Stillstand gekommen und dann in die andere – falsche – Richtung verlaufen. Dieselbe Energie. Dieselbe, mit der er deutscher Meister im Judo werden konnte, hat ihn unter die Erde gebracht. An die Stelle, an der er früher täglich Wurftechniken geübt hat, trat die Beschaffungskriminalität.

Somit bin ich davon überzeugt, dass es außerordentlich wichtig ist, immer mit offenen Augen die Fließrichtung seiner Energie im Auge zu haben. Denn wie gesagt, sie schafft das Unvorstellbare mit der gleichen Kraft wie das Wünschenswerte. Eine Lebenserfahrung, die in allem steckt, was ich mache und begleite. Woher kommt die Kraft, wohin fließt sie. Das Kanalisieren in erstrebenswerte Richtungen ist der wesentliche Moment dessen, was man Eigenverantwortung nennt. Oder überhaupt Verantwortung.

Ich habe noch viel mehr von meinem Bruder gelernt. Aber wer hat das nicht? Nur in meinem Fall, lerne ich noch Jahr für Jahr hinzu, obwohl er nicht mehr lebt.

(Foto: Thomas Hintze, Motiv: Andreas Hintze, im Frankreich-Urlaub)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Sonntag, 25. Februar 2007

Wasserballett (Hansgeschichten)

Hans sah zum Strand hinüber. Die gelben Sonnenschirme hatten sich gerade ganz schmal gemacht. Die grünen Sonnenschirme waren noch aufgespannt, aber nicht mehr alle. Das Boot schwoite um den Drehpunkt der Ankerkette herum. Die tiefstehende Sonne kam jetzt genau von vorn. Wenn Hans sich umdrehte, öffnete sich der Blick aufs Meer. Wenn er sich wieder zurückdrehte, stand die Sonne genau über der Bucht und über der schwarzen Hügelkette, wo unterhalb der Strand lag, an dem den ganzen Tag gebadet worden war. Das Radio meldete jetzt kurz nach achtzehn Uhr: Station Grosseto: heute, zwölf Uhr, 29 Grad. Das Radio brachte das Wetter jeden Tag um diese Zeit und jeden Tag mit der gleichen Monotonie in der Ansage.
In der Bucht hatte höchstens eine Handvoll Boote Platz. Ihr Boot lag seit Mittag vor Anker. Die Zeit bis zum Abend hatten sie sich mit schwimmen, schnorcheln und Dingi-Fahren vertrieben.
Am Abend holten sie den Anker ein und brachten das Boot in eine andere Position. Ein sachter Wind spielte mit dem Boot, drehte es immer wieder herum und wieder zurück und wieder herum; es war nervös, wie eine Kompassnadel. Die Sonne stand bald genau im Westen. Am Strand waren jetzt alle Sonnenschirme zugeklappt; die gelben und die grünen. Von den anderen Booten schwebten leise Stimmen über das Wasser heran.
Lange nachdem der Mond aufgegangen war, war das dumpfe Grollen der Fischerboote zu hören. Sie fuhren unter dem vollen Mond auf der scharfen Kante des Meeres von der einen zur anderen Seite der Bucht, weit draußen, als kleine, weiße Lichtpunkte, sammelten sich an einer Stelle und verschwanden um die Landzunge herum und waren auch nicht mehr zu hören. Der Mond hatte seine Farbe von rot-orange nach weiß gewechselt und die Lichterkette der Fischerboote kam wieder hinter der Landzunge hervor. Die Boote verharrten eine Zeit lang in einer bestimmten Position. Das Mondlicht teilte die Bucht und die Fischerboote standen in der einen Hälfte. Der Wind hatte gedreht und das Meer schickte keine Motorengeräusche mehr herüber. Die Fischerboote standen paarweise oder zu dritt. Der Mond stieg schnell.
Die ankernden Boote ringsum hatten ihre Topplichter gesetzt und kreiselten um ihre Drehpunkte. Die Fischerboote rückten dicht zueinander. In das äußere Boot kam Bewegung und es querte in schneller Fahrt die Lichtpunkte der übrigen Boote. Der Mond stand jetzt höher, als die Topplichter der ankernden Boote. Das Fischerboot, das die anderen Boote gequert hatte, war hinter der Landzunge verschwunden.
Schwell kam auf und die ankernden Boote begannen zu schaukeln. Eines der Fischerboote stand jetzt direkt in den Reflexionen, die der Mond auf die Meeresoberfläche zeichnete. Auf dem Nebenboot war eine Person auszumachen, die den Anker kontrollierte.
Nach Mitternacht kam noch mehr Schwell und das Schaukeln der Boote nahm zu. Die Buglage der Boote zeigte an, dass der Wind jetzt aus südlicher Richtung in die Bucht hinein blies. Das Fischerboot, das die Gruppe der anderen Boote von links nach rechts gequert hatte, war hinter der Landzunge hervorgekommen und motorte als Lichtpunkt an seine alte Position; und als es an Fahrt aufnahm, war da auch das Grollen des Motors zu hören.
Der Wind hatte zum wiederholten Male gedreht und kam jetzt aus nördlicher Richtung und nicht mehr vom Meer. Der Mond hatte die Topplichter der Boote um eine Mastlänge überstiegen. Das Meer reflektierte das Mondlicht immer mehr als breiten Punkt. Auf den unbewaldeten, felsigen Stellen der Hügel lag das Mondlicht weiß wie Schnee. Das Grau des Himmels und das Grau des Meeres begannen miteinander zu verschmelzen.
Von der felsigen Küste war ein leises Anrollen der Wellen zu hören.
Lange nach Mitternacht frischte der Wind weiter auf und der Schwell nahm noch einmal zu. Der Mond hatte fast den höchsten Stand erreicht und leuchtete bereits über der Landzunge steil in die Bucht hinein und strahlte die weißen Bootskörper an. Vom Strand her war Lachen zu hören und von da, wo das Lachen herkam, war ganz klein ein rotes Feuer zu erkennen.
Lange bevor es hell wurde war Hans eingeschlafen. Am Morgen waren die Fischerboote fort und die Sonnenschirme waren alle noch ganz schmal.

Geschrieben von in Weite Welt um 16:06

Samstag, 24. Februar 2007

Ich bin krank

Nichts so wie einige jetzt vermuten. Nein, so einer Monster-Erkältung hat mich umgehauen. Seit 3 Tagen. Deshalb höre ich jetzt auch auf. Denn man sollte nicht schreiben, wenn man krank ist. Und wenn man Alkohol getrunken hat. Schreiben sollte man nur wenn man alle Sinne beisammen hat. Also, so halte ich es mit dem schreiben.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:32

Freitag, 23. Februar 2007

Trennungsscherz

Ich komme immer mehr zu der Überzeugung, dass Mülltrennung ähnlich überflüssig ist, wie jede andere Art der Trennung. Dahinter steckt ein ganz anderes Anliegen. Es soll uns etwas suggerieren, den Glauben an etwas bestärken. So wie die Sicherheitskontrolle an Flughäfen uns das sichere Gefühl geben soll, dass nichts passieren kann. Dafür wird uns gewaltsam die Zahnpastatube entwendet, das wertvolle Cybertool entsorgt und auch jegliche spitze Bemerkung muss man am Check-In zurücklassen. Somit fühlen wir uns sicher und glauben, der Staat tut alles, damit das Fliegen sicher ist. Dabei gehen Terroristen gänzlich anders vor. Aber das tut nichts zur Sache. So ähnlich ist es auch mit den vielen Trennungen. Paare trennen sich. Freunde trennen sich. Kunden trennen sich von Agenturen. Man trennt sich häufiger vom Wohnort. Sogar von der Steuernummer müssen wir uns trennen. Von der Telefonnummer trennen wir uns weitaus mehr als früher. Sogar von der Kontonummer wird sich immer mehr getrennt. Das war früher alles anders. Da steckte man alle Bemühungen in die Verbindung. Heute steckt man alle Kraft in die Trennung. Das geht so weit, dass man fast dazu verdammt ist, sich ständig von Dingen zu trennen. Wie auch E-mail-Adressen, Web-Adressen, Adressen, Handy-Nummern. Das alles macht man auch, um wieder einen Grund zu haben, ins Gespräch zu kommen. Das Trennen ist zu einem Trend aufgestiegen und das Verbinden wird in den Schatten gestellt. Ein Trend, den ich ähnlich blöd finde wie bordeauxfarbene Pullunder. Oder Strickkrawatten. Oder Schuhe mit Bömmeln drauf. Somit wäre es an der Zeit, mal wieder das Verbindende in den Vordergrund zu stellen, als das Trennende mit aller Macht zu suchen. Verbinde dich doch. Oder bleib doch. Wir. Gemeinsam. Statt dem ständigen "Und tschüss!".

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:17

Donnerstag, 22. Februar 2007

It´s so easy

Mensch, alles könnte so einfach sein. Es wird eigentlich unglaublich verkompliziert durch die Gegenwart des Menschen an sich. Kein irdisches Geschöpf legt so intensiv Wert darauf, sich immer neuere, kompliziertere und ausweglosere Probleme selbst zu schaffen. Die bei genauer Betrachtung erbärmlich klein und schlecht konstruiert erscheinen. Und nicht mal das Prädikat Problem verdient haben. Wohin man schaut, blickt man in ernsthafte Gesichter. Denen die Unüberwindbarkeit von Problemen ins Gesicht geschrieben steht. Die aber eigentlich keine sind.Deshalb werden auch immer schneller, immer veränderte und neue geschaffen. Es scheint eines der größten Bedürfnisse des Menschen zu sein, sich selbst als größter Gegner in Szene zu setzen. Und es kommt noch herrlicher. Dafür bedarf es nicht mal der Gegenwart anderer Menschen. Er hat es in der jetzigen Entwicklungsstufe geschafft, seine Problemwelten nur in seinem Kopf entstehen zu lassen. Was fortlaufend dazu führt, dass ihn und seine Befürchtungen niemand mehr nachvollziehen kann. Weil sie ausschließlich aus Hirngespinsten bestehen.

Die nächste Entwicklungsstufe wäre, dass diese Hirngespinste sich verselbstständigen und zu ganz absurden Problemlösungen führen. Wie Platzangstfreiefahrstühle: Diese sind circa 400 qm groß und haben 3 Meter Raumhöhe und fahren so langsam von Stockwerk zu Stockwerk, dass man die Bewegung selbst nicht nachvollziehen kann. Oder es gibt Flugzeuge, in denen man virtuell so berieselt wird, dass man nie das Gefühl hat, die Maschine hätte abgehoben. Oder Essstörungen. Es gibt Restaurants, bei denen es getrennte Tische gibt für Esssüchtige und Magersüchtige. Somit stehen für unsere unwirklichen Probleme ganz neue Branchen und Produkte ins Haus.

Burn Out Produkte werden florieren. Tinnitus Sets an allen Ecken. Medikamente gegen alles Mögliche: Schlechtes Gefühl, üble Vorahnung, einen super Tag, ich bin toll Tabletten. Auch auf Haarwaschmittel wird sich das ausbreiten, für lustiges Haar, für aufstrebendes Haar, für schreckhaftes Haar, für zuversichtliches Haar. Keine Branche wird letztendlich verschont bleiben. Nach der Öko-Welle rollt die Psychowelle über unsere Märke hinweg. Schuhe mit besonderer Standfestigkeit im Leben wären auch schön. Jacketts mit verstärktem Rückgrat. Brillen für mehr Überblick. Ihr glaubt mir nicht? Lest diesen Text in 10 Jahren noch mal. Und dann werdet ihr einen Berg, eine Straße und ein großes Problem nach mir benennen: Die Hintzophrenie. Das sind unheilbar und unbelehrbar positive Menschen mit einer fast anmaßenden Zuversicht, die völlig ignorant gegenüber Riskovermutungen sind. Resistent gegenüber Bedenken. Und sich kategorisch weigern, der Gefahr ins Auge zu blicken. Das Schlimmste: Die immer sagen, was sie gerade denken. Sofort und unmissverständlich. Und dabei nicht mal den Anspruch auf Richtigkeit erheben, sondern sich ausschließlich auf die eigene Meinung beziehen und berufen. Wie gesagt, in einer Welt voller selbst gemachter Ängste, eine sehr schlimme und unerträgliche Erscheinung. Denn Hintzophrenie geht konstant, konsequent und mit viel Humor auf den ganzen negativen Scheiß einfach nicht ein. Unmöglich!

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:04

Mittwoch, 21. Februar 2007

Schönheit

Vielleicht ist Schönheit nur ein Gefühl. Wie Glück. Es breitet sich in uns warm, wohlig und langsam aus, wenn wir ihm begegnen. Ein so überwältigendes Gefühl, dass wir es, wie Glück, institutionalisieren wollen. Wir wollen das Glück und die Schönheit erzwingen. Wie die Liebe. Anstatt dem Gefühl zu folgen, produzieren wir falsche Schönheit. Wie wir auch falsches Glück und ebenso falsche Liebe produzieren. Das Lebensglück ist nun mal nicht so einfach mach- und planbar. Das Geld hat nicht das Glück im Rücksack. Sex ist nicht Liebe. Somit könnten wir wie immer und mal wieder einem großen Irrtum hinterher eifern. Und mal wieder und wie immer in die falsche Richtung. Denn wenn Schönheit ein individuelles Gefühl ist, was machen wir denn da den lieben langen Tag? Anstatt diesem Gefühl zu folgen, konstruieren wir Schönheit. Was dazu führt, dass wir die wirkliche Schönheit nicht mehr erkennen. Wir verkleiden und verunstalten uns zunehmend, anstatt der wirklichen Schönheit intuitiv zu folgen. Ich komme immer wieder in die Situation, in der ich etwas erblicke, und mein Gefühl sagt mir: Mensch, ist das schön! In der Regel sind das Mondsicheln, Sonnenunter- und -aufgänge, Bachläufe, Blumenmeere, Seen, Flüsse und das Meer. Die Berge. Manchmal ist es ein leerer Raum. Oder Architektur, die mir Lebensqualität vermittelt. Schön ist dabei immer reduziert und natürlich. Man kann nichts mehr weglassen. Schönheit sind auch Momente, vollkommene. In denen einem die wunderbare Schönheit auch des menschlichen Wirkens bewusst wird. Ein Monet an der Wand, oder Bach erklingt aus den Lautsprechern. Miles Davis auf dem Kopfhörer. Design kann dieses Gefühl auch hervorrufen. Aber nie so intensiv wie die Schönheit der Natur. Schönheit ist ein Gefühl, von dem man nicht genug bekommt, nach dem nur viele an den völlig falschen Stellen suchen. Oder dieser ebenso völlig absurd nacheifern. Peinlich und grotesk. Schönheit ist immer in uns und um uns herum und hat meistens nichts mit der Vermenschlichung von Schönheit zu tun. Wie Sicherheit und Freiheit und Liebe und Glück. Es sind die gefühlten Momente, in denen wir spüren, dass wir diese so wichtigen Begleiter auf dem Lebensweg an unserer Seite haben.
(Foto: Thomas Hintze; Motiv: Bordeaux ende 70er)

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:20

Es war einmal eine Bank

Über Banken zu reden, ist einfach. Auch die Tendenz, die man aus jedem Text ableiten kann, ist eigentlich klar. Somit hat sich das Volk längst eine Meinung gebildet, über die Banken. Ob diese das wollen oder nicht. Somit ist es langweilig, nur ein weiteres Licht auf dasselbe zu werfen. Mich langweilt die Bank seit 2002. Was schade ist. Denn früher hat man gemeinsame Sache mit den Banken gemacht. Hat seine Visionen und Träume erzählt und hat diese gemeinsam Wirklichkeit werden lassen. Das war toll. Und es war auch aufregend. Stand die Bank hinter deinen Träumen, dann hat das diesen Träumen gleich Flügel versetzt. Und man fühlte sich noch verantwortlicher. Denn seine Bank zu enttäuschen, war nicht gut. Das Vertrauen, das man sich einmal aufgebaut hatte, durch Unvermögen einzureißen, war ganz schlecht. Dann man musste mit allem von vorne anfangen. Ich denke gerne an die Zeiten der Gemeinsamkeiten zurück. Wie man sich zusammen gefreut hat, wenn die Visionen Zug um Zug Wirklichkeit wurden. Diese schöne Beziehung hat man uns genommen. Uns und der Bank zu gleichen Teilen. Jeder macht jetzt sein eigenes Ding. Zusammen geht da nicht mehr viel, bis gar nichts. Man geht eben getrennte Wege. Die Gesetze haben diese Beziehung für lange Zeit ausgelöscht. Schade. Mein erster Bänker war Herr Noll von der Stadtsparkasse in Köln Pesch. Da hatte ich mein erstes Giro-Konto. Jahre hat er mich unterstützt, wo er konnte. Das half mir durch das Finale der Schulzeit und durch die Uni, bis hin zu meiner Ausblidung zum Werbekaufmann. Dann kamen Herr Schmitz und Frau Obermayer aus der Stadtsparkasse Düsseldorf. Die haben mir so sehr vertraut und Rückwind für meine Ideen eingehaucht, dass ich manchmal überlege, habe ich da was übersehen? Das war auch eine tolle Zeit. Die schweren Lehrjahre, nie Kohle, aber immer das Ziel vor Augen. Und dann haben sich all unsere Ziele erfüllt. Noch heute habe ich ein Konto bei der Stadtsparkasse Düsseldorf und erkundige mich einmal im Jahr, wie es Herrn Schmitz geht. Frau Obermayer erzählt dann immer, wie es so geht und steht. Ich erzähle dann alles, was in der Zwischenzeit in München geschehen ist. Das Konto hat keinen Sinn mehr, aber irgend etwas in mir sträubt sich, diese Beziehung ganz zu kappen. Die haben immer an mich geglaubt. Jetzt war ich lange bei einer anderen Bank in München. Die Bank war nicht so toll, aber die Frau Wolf darin schon. Die hat mich durch eine lange, schwere Zeit manövriert. Aber es war mehr Frau Wolf als die Bank. Die sahen ab einem Zeitpunkt in mir nur noch ein Risko und eine Gefahr und wären mich lieber heute als morgen los gewesen. Frau Wolf arbeitet nun an einer anderen Stelle. Somit werde ich die Bank verlassen. Denn da

ist niemand mehr, der an mich glaubt. Und da ist auch niemand, an den ich glaube. Frau Wolf und ich telefonieren noch einmal im Jahr. Sie erzählt von ihren fantastischen Reisen an das Ende der Welt, und ich von meinen Kindern. Wir haben eine Verbundenheit, die leider heute keinen Wert mehr darstellt. Sogar unerwünscht ist. Die Bank ist geschrumpft auf die Größe eines elektronischen Überweisungsträgers, das wars. Namenlos und gesichtslos. Es gibt keine Gemeinsamkeiten mehr. Keinen Grund für eine engere Verbindung. Meine Autos laufen über die Bank des Herstellers. Meine Computer auch. Einen Kreditrahmen habe und will ich auch nicht mehr. Schulden bei der Bank habe ich keine. Somit habe ich aus Kostengründen nun aus zwei Banken eine gemacht. Ich habe eine Bank wegrationalisiert. Vorher habe ich noch einmal eine kleine Chance für eine mögliche Verbindung eingeräumt, aber ich wurde mal wieder abgewiesen. Auf einem Niveau, dass es absurd erscheint. Aber so haben sich die Dinge eben verändert. Die Banken können eben nicht mehr anders. Und Menschen wie ich wollen nicht mehr anders. Letztendlich entscheide ich mich jetzt für eine kleine Bank, die zwar auch nicht mehr möglich machen kann, darf und will. Aber ich habe ein besseres Gefühl, dass meine elektronsichen Überweisungen von einer kleinen Bank geführt werden. Wir Kleinen müssen zusammenhalten. Die Gründe für eine Bank schwinden. Sie schrumpfen auf den kleinstmöglichen gemeinsamen Nenner. Ein Online-Portal für Überweisungen. Das ist so. Und es ist besser, wenn man sich daran gewöhnt. Die Vorwürfe, die alle an die Banken richten, kann ich deshalb so nicht nachvollziehen. Die können eben nicht anders. Schade. Von vielen werden wir uns schon bald verabschieden können. Vor allem von den Geschäftskundenberatern. Denn was bleibt, wenn die nichts machen können? Ein freundliches Auf Wiedersehen. Und meine Antwort, ich glaube nicht, nennen Sie mir einen Grund. Die Banken können einem nur leid tun. Und ich finde das okay. Alles so maximal risiokolos zu machen, wie es nur geht. Man schläft besser. Für das Geschäft wird es letztlich auch besser sein. Denn wir werden alle Geld haben und keine Kredite mehr. Nur für die Banken wird es übel ausgehen. Aber warum sollen die davon verschont bleiben, was allen anderen Branchen im Lauf der Entwicklung ständig wiederfährt. Aber trotz alledem denke ich gern an die guten und schlechten Zeiten zurück und an die Menschen, die mit mir da durchgegangen sind. Das war eine sehr emotionale und tolle Zeit. Somit vermisse ich nicht die Banken, sondern die Menschen, die einem das gutes Gefühl vermitteln konnten, dass sie an einen glauben. Der Computer, das Online-Portal vermittelt das nicht. Und die moderne Generation der Geschäftskundenberater kann und darf das nicht vermitteln. Wenn die wüssten, wie schön es ist, einen langen Weg gemeinsam zu beschreiten.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Dienstag, 20. Februar 2007

Der ewig währende Traum von der Abkürzung

Wer träumt ihn nicht? Den Traum, der alle Mühe, alles Schicksal, alles Leiden, alle Anstrengungen mit einem Mal beendet. Der einen auf einen Schlag ans Ziel der Träume katapultiert. Der die Geduld nicht weiter strapaziert. Der einen einen Augenblick später in den Olymp hebt. Andere hatten und haben dieses Glück. Um gewisse Ziele eines erfüllten Lebens müssen diese sich nicht mehr kümmern. Die einen haben dafür nichts getan und nichts geleistet. Leider verhalten diese sich auch so. Wie peinlich. Andere haben die eine sich bietende Chance genutzt. Und gehen damit leider oft leichtfertig um. Man könnte glauben, sie können das Glück nicht fassen. Oder unterliegen dem Irrtum, es wäre reines Können, kein Glück gewesen. Wie dumm. Der Weg vor allem zu fantastischen, überwältigenden und erstrebenswerten Zielen ist so wie er ist. Für viele unerreichbar. Für einige zu spät. Und für ganz wenige zum rechten Zeitpunkt. Niemand weiß, wie es ausgeht. Egal wie beseelt, voller Hingabe und Leidenschaft man ist. Das Leben hat für das Erreichen dieser Ziele keinen Plan zur Hand. Keinen. Nicht einen. Man kann sich so gut wie auf nichts berufen. Außer auf sein Gefühl. Es stirbt sich am Ende glücklicher, wenn man zeitlebens diesem wunderbarsten aller Gefühle hinterher geeilt ist. Gefolgt ist. Glücklicher, als wenn man getrieben war von allem anderen. Somit kann es sein, dass man zwar bei weitem nicht alles erreicht, aber trotzdem nicht unzufrieden ist. Sondern ganz im Gegenteil. Das geht? Das geht! Man sieht diesen beonderen und sehr wenigen Menschen diese vollkommene Zufriedenheit an, das eigene Leben für einen wunderbaren Traum investiert zu haben. Ebenso wie man in den vielen anderen Gesichtern sehen und lesen kann, dass sie das eigene Leben für vieles andere, das man als erstrebenswert betrachten würde, verschwendet haben. Die Einsicht kommt meist zu spät, erst am Schluss. Somit habe ich die Lust auf Abkürzungen immer mehr verloren. Und gewinne immer mehr die Einsicht, dass alles genau so sein muss und soll.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

Das Bonsai-Prinzip

In einem meiner Beiträge berichtete ich darüber, dass man nicht jeden Fehler machen muss. Aber kann. Und wenn es einem das Umfeld ermöglicht, auch darf. Prinzipiell könnte man theoretisch so gut wie alle Fehler vermeiden. Weil alles schon mal woanders, in einer anderen, Zeit passiert ist. Interdisziplinär sozusagen. Aber das erzählte ich ja schon. Wiederum in einem anderen Beitrag erzählte ich etwas über die Verdichtung von Qualität. Dem Gegenteil des allgemein praktizierten Auswalzen von Quantität. Aber wie gesagt, darüber berichtete ich ebenfalls bereits. Das Bonsai-Prinzip beschreibt beides in einem Prinzip. Die Verdichtung von Qualität in definierten Parameter. Bonsais sind nicht gleich Bonsais. Es gibt solche und solche. Bis hin zu unerschwinglichen. Aber das Prinzip ist immer dasselbe. Die Verdichtung von Qualität. Limes gegen Null in Richtung absoluter Perfektion. Nie zu erreichen, aber ein erstrebenswertes Ziel. Oder sagen wir mal so: Für einige wenige ein erstrebenswertes Ziel, dem der große Rest lieber folgen mag. Zudem das Interdisziplinäre, das das deutlich macht. Dass ich schreiben und reflektieren kann über was ich auch will, das hat vor mir sicher schon mal jemand getan. In der Regel besser, ausführlicher, fundierter und vor allem mit einem überzeugenden Ergebnis versehen. Damit muss man leben. Leben können, wollen und, wenn es einem das Umfeld erlaubt, dürfen. Dieses Privileg ist eines meiner liebsten.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Montag, 19. Februar 2007

Politik im Spiel

Man spricht in der Wirtschaft im Allgemeinen davon, dass "Politik" im Spiel ist, wenn Macht vor Leistung und/oder Ergebnis geht. Sobald Machtmissbrauch eingesetzt wird, um Interessen durchzusetzen, die dem eigentlichen Unternehmensziel nicht dienlich sind. Zudem auch nicht dem betriebs- und volkswirtschaftlichen Ziel. Dann redet man von Politik. Wenn Strippenzieher, die sich in einem Punkt alle gleichen – sie haben von der eigentlichen Aufgabe, die sich ihnen stellt, keine Ahnung – sich zum Erhalt ihrer Pfründe der Politik bedienen, dann hat das nichts mit Demokratie zu tun, mit Konsens oder Einvernehmlichkeit. Sondern immer mit Machtmissbrauch zur Bewahrung und/oder Erreichung der ganz eigenen Interessen. Die zumeist bedeuten: Mehr Geld oder größerer Machtbereich. Somit hat der Begriff Politik einen schweren Imageschaden erlitten. Könnte man annehmen. Die andere Politik müsste sich dieser weit verbreiteten Interpretation eigentlich vehement entgegenstemmen. Tut sie aber nicht. Denn da, wo der politische Missbrauch von Macht am größten ist, sind die gleichen Charaktere von der anderen Seite mit von der Partie. Deshalb keine Aufregung, sondern eher Verständnis und Übereinstimmung. Da war Politik im Spiel. Wie oft habe ich früher diese Äußerung gehört? Unzählige Male. Seit einigen Jahren in meinem Einflussbereich nicht mehr. Denn genau davon habe ich mich gewollt entfernt. Diese Menschen sind mir unheimlich und unsympathisch. Und glaubt mir, es geht auch ohne. Ganz ohne. Es geht nicht ganz ohne Politik, aber die möchte ich verstanden wissen im eigentlichen Sinne des Wortes. Da ist in meinem Leben kein Platz für Missbrauch.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 06:57

Eine Untermachungsklage

Machen und lassen liegen näher beieinander als die beiden Augen in meinem Kopf. Oft fühle ich, dass ich jetzt etwas machen werde. Das Gefühl ist so klar und deutlich und unumstößlich, bis – ja, bis ... ich es doch lasse. Wie gut, dass niemand etwas von diesem Sinneswandel mitbekommt. Es überrascht mich selbst, wie nah das Machen bei dem Lassen liegt. Ein Ja ist plötzlich ein Nein. Und die Argumente, die zu diesem Turbo-Sinneswandel geführt haben, bleiben für immer verschollen. Das ist kein einmaliges oder seltenes Erlebnis, sondern ein immer wiederkehrendes. Und das Schlimmste ist, meistens dreht es sich um dieselbe Sache. Es ist enttäuschend und fatal zugleich. Vor allem, wenn man sich selbst als Macher sieht. Und ständig vor Augen geführt bekommt, wie sehr man auch ein Lasser ist. Somit sind die Vorwürfe, die ich gerne an andere richte, ebenso gegen mich gerichtet. Nur dass es in meinem Fall keiner mitbekommt. Bis jetzt. Jetzt ist es raus. Macher sind Menschen, die vor allem das machen, was sie am liebsten machen. Alles andere lassen sie. Das wollte ich nur mal zu bedenken geben.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 06:55

Sonntag, 18. Februar 2007

Eine weitere, einmalige und sensationelle Flugzeugluftaufnahme aus meiner weltberühmten Sammlung

Sonntag: 18 Feb 2007. Uhrzeit: 15.33 Uhr. Ort: Buch am Ammersee. Himmelsrichtung: Nord-Nord-Ost. Außentemperatur 14,6 Grad. Flughöhe 825 Meter. Sonne. Klare Sicht. Roger und over.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 16:28

Ein sehr, sehr seltens und weiteres meiner weltberühmten Flugzeugluftaufnahmen

Samstag 18. Februar. Mittags. Luftraum Ammersee Stegen.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 10:37

Freitag, 16. Februar 2007

Über die Kunst, das Gleiche immer wieder anders zu machen

Es liegt in der Natur des Menschen, es sich so leicht zu machen, wie es nur geht. Und es liegt in der Natur der selben Sache, dass ihm das fast gänzlich misslingt. Dieser Kreislauf von verzweifelten, kläglichen und peinlichen Versuchen der Vereinfachung und daraus immer resultierenden Verkomplizierung nennt man Volkswirtschaft. Das System der freien Marktwirtschaft beruht weitesgehend auf Irrtümern und diese zu beseitigen, was aber noch weit aus größere Irrtümer hervorruft und so weiter. Einigen Wenigen gelingt dieses der allerschwierigsten Unterfangen. Einigen ganz wenigen. Nicht, in dem sie tolle neue Dinge erfinden, die im Rucksack schon die neuen Probleme mit sich bringen. Nein, diese Menschen können weglassen. Sie lassen alles einfach weg, was so tut, als ob es das Leben vereinfacht. Beeindruckendes, zeitloses und unwiderstehliches Design macht es genau so. Man lässt alles weg, was man nicht braucht. Und vor einem steht die reine Lösung. Diese Entwicklung steht noch ganz am Anfang. Aber sie wird sich durchsetzen und fortsetzen. Menschen mit viel Geld stopfen nicht unentwegt Konsumgüter in sich rein. Sondern sie fangen an, diese aus ihrer Welt zu verbannen. Und am Ende bleibt Raum und Zeit für alles Wesentliche. Die große Kunst des Reduzierens auf das Wesentliche ist nicht neu. Aber es war selten von freiem Willen bestimmt. Für die einen ist es in unserer Zeit die kunstvolle Art, stilvoll zu verarmen. Das gilt nicht. Diese Menschen lassen nur weg, weil sie nicht können. Religionen und Sekten fordern Entsagung. Das gilt auch nicht. Erst wenn man das Geld hätte, sich aber gegen eine offensichtliche Verkomplizierung entscheidet, auch wenn man wissentlich den Nimbus des Status dabei übergeht und verletzt, erst dann ist es im Sinne der reinen Lehre. Denn das perfekte Leben besteht aus sehr wenig wesentlichen Handlungen, die es gilt, immer wieder anders zu machen, um deren Kultur zu begegnen. Alles andere benötigen wir nicht und lenkt vom perfekten Leben ab. Ganz im Gegenteil, es nimmt uns die Freiheit und Sicherheit, die wir benötigen, um uns gut zu fühlen. Der Konsum befriedigt letztendlich nie das Bedürfnis, sondern heizt es nur an. Dasselbe gilt auch für Unternehmen. Das, was bleibt an relevantem Kundennutzen, muss man immer wieder anderes gestalten. Aber es muss sich immer ausschließlich auf den relevanten Kundenutzen beziehen. Es gibt sehr schöne Vorbilder dafür in unserer Welt, denen aber so gut wie niemand folgt. Warum? Ganz einfach. Zum einen kann das nicht jeder und zum anderen sind die meisten zu sehr damit beschäftigt, komplizierte Aspekte durch die Annahme von neuen Vereinfachungen zusätzlich zu verkomplizieren. Und noch eines kommt erschwerend hinzu: Die Menschen glauben, dass wenn sie etwas weglassen, nicht haben oder bereitwillig darauf verzichten, ihnen bestimmt was fehlen oder entgehen wird. So wirkungsvoll funktioniert die Konsumsucht noch immer. Aber es ändert sich. Wollen wir wetten? Die Zeit kommt und zwar bald, da werden Menschen von sich reden machen, die ihr Glück und ihre große Zufriedenheit genau mit dieser Entwicklung beschreiben werden. Die Vorboten sind die vielen Stiftungen, die ins Leben gerufen werden. Da fließt Kapital zurück in die Gesellschaft, auf dem man noch vor ein paar Jahren gehockt hat, oder mit Hilfe dessen man ein Luxusgut an das andere gereiht hat. Die Garagen der wirklich Wohlhabenden werden leer sein. Sie werden keine Handys haben. Und keinen Fernseher. Sie werden alles verbannen und auf das Wesentliche reduzieren, um sich dem eigentlichen Ziel zu nähern - leben. Nicht verwalten, beschäftigen, kümmern, ärgern...

(Foto: Peter von Felbert; Motiv: Teile der blauen Sammlung von Christof Hintze in der note Werbeagentur)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:25

Fokus

Fokussieren. Wer Ziele erreichen will, muss alles andere ausblenden können, ohne dies zu bedenken. Wer sich und alles auf ein Ziel konzentriert, erhöht die Wahrscheinlichkeit, dieses zu erreichen. Die Welt, in der wir leben, hindert uns mehr und mehr daran, uns auf das Wichtige zu fokussieren. Wer sich wundert, dass er Ziele nicht erreicht, der sollte sich mal anschauen, was alles um diese Ziele herum passiert. Somit muss man ausblenden lernen. Ignorieren wollen. Nicht allem und allen gerecht werden wollen. Der Kopf und der Rücken müssen frei sein, um sich auf Ziele konzentrieren zu können. Wer auf einen Berg steigen will, der nimmt nur das mit, was er genau für dieses Ziel benötigt. Wer Segeln geht, macht es ebenso. Aber wenn es um uns geht, um unsere Ziele, dann schleppen wir alles Mögliche mit. Biegen ständig ab. Werden ununterbrochen aufgehalten. Wer das Bild einer Bergbesteigung mal auf den Alltag legt, und wie wir uns in diesem auf Ziele zubewegen, der wird schnell anfangen zu lachen. Ziele sind erreichbar, wenn wir uns darauf zubewegen. Sie sind nicht erreichbar, wenn wir uns nur um diese drehen und winden. Ziele sind erreichbar, wenn wir den dafür vorgesehenen Weg beschreiten und alles Nützliche und Unterstützende einsetzen. Menschen können Marathon laufen. Aber sie schaffen es nicht, für die eigenen Ziele die wesentlichen Weichen zu stellen. Das

Leben ist konkreter als viele denken. Wenn man sich so gut auf seine eigenen Ziele vorbereitet wie auf einen Marathon, dann heißt das nicht, dass man zwingend ankommt. Und die Zeit steht auch noch in den Sternen. Aber man bekommt ein Ergebnis. Das Komplexe gilt es zu beseitigen. Vereinfachen ist der Punkt. Alles weglassen, was dem Ziel hinderlich ist. Und immer kontrollieren, ob man noch auf dem richtigen Weg ist. Mich macht es ganz wahnsinnig, wenn ich auf Menschen treffe, die mir ihre großen und hehren Ziele erzählen, aber ich nichts erkenne, was sie bereit sind, dafür zu tun, und noch besser, zu lassen. Das Leben steckt voller toller, erstrebenwerter Ziele. Wer einmal Lust bekommen hat, welche zu erreichen, der bekommt davon nicht mehr genug. Nichts ist befriedigender als anzukommen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:23

Donnerstag, 15. Februar 2007

Ausgangsposition

Es ist eine schlechte Angewohnheit, immer davon auszugehen, dass man über den Tisch gezogen wird. Es ist aber ebenso eine schlechte Eigenschaft, immer davon auszugehen, dass alle nur das Beste wollen. Somit ist jede Verhandlung immer von der persönlichen Ausgangsposition geprägt. Somit stellt sich immer dieselbe Frage: Ist der Verhandlungspartner ein Positiver oder ein Negativer? Dahinter zu kommen, ist sehr schwer. Denn man unterliegt emotional einer Art Wirklichkeitsverzerrung. Man sieht, was man sehen will. Man projeziert das, was man selbst sehen will. Als Bestandteil einer Verhandlung sich dieser weitestgehend objektiv zu entziehen, gelingt vielen nicht. Somit muss man sich bei Verhandlungen auf seine Intuition verlassen. Denn alles, was ist, oder einem begegnet, muss nicht der Wirklichkeit und der Wahrheit entsprechen. Das Gesagte und Gezeigte sollte zur Entscheidungsfindung nur verhältnismäßig wenig beisteuern. Wichtig ist das gute Gefühl dabei. Oder wenn man ein schlechtes hat, trotz aller Vorzüge und Vorteile, den Deal nicht zu machen. Wir sehen nämlich, ohne zu sehen. Wir spüren, ohne zu berühren. Unsere Wahrnehmung geht viel weiter und tiefer als die Vernunft vermuten lässt. Wir spüren mehr, als wir wissen. Somit ist das ständige Appellieren an die Intuition und den daraus resultierenden Glauben die beste und sicherste Verhandlungsführung. Es geht nicht darum, wie sich die Dinge objektiv darstellen. Es geht nicht um Zahlen und Werte, sondern um das sichere und gute Gefühl – das ist es. Informationen und Argumente können dieses Gefühl überlagern und verfremden. In der Regel hat man in Verhandlungen schon innerhalb der ersten 20 Sekunden eine Entscheidung getroffen. Dieser gilt es auf den Grund zu gehen. Und nicht langwierig und zermürbend darüber zu sinnieren, warum, wieso und weshalb. Auch wenn Parameter sich ändern, bleibt die Grundeinstellung zur Entscheidung. Will man etwas eigentlich nicht, und der Preis ist jetzt so günstig, dass man sich dazu hinreißen läßt, es nun doch zu erwerben, wird mit dieser Entscheidung trotz des guten Preises immer ein schlechtes Gefühl einhergehen. Deshalb ist das eine schlechte Entscheidung. Zahlt man mehr, als es wert ist, aber man will es unbedingt, wird einen trotzdem immer ein gutes Gefühl bei dieser Entscheidung begleiten. Somit kann man es drehen und wenden, wie man will. Und Preispolitik erscheint in diesem Spiegel noch unsinniger. Denn es geht nicht um die numerischen Werte, die eine positive Verhandlungsgrundlage schaffen, sondern darum, wie derjenige dazu steht. Wenn einer nicht will, dann wird der Preis ihn nicht überzeugen. Und alle, die wollen, denen ist der Preis ziemlich egal. Also gilt es, einen poitiven Verhandlungspartner emotional für sich zu gewinnen. Dann geht alles andere wie von selbst. Überzeugen können, statt überreden müssen.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:01

Zweckgemeinschaft

Es ist nicht schlimm, sich darüber klar zu sein, dass man Menschen für seine Ziele gebraucht. Man benötigt sie ja auch. Somit gibt es Menschen um uns herum, und das nicht wenige, die zur großen Zweckgemeinschaft gehören. Diese Menschen sind wichtiger als viele glauben wollen. Das merkt man daran, wie schlecht viele mit ihrer Zweckgemeinschaft umgehen. Auf der anderen Seite werden Menschen mit großem Zweck für einen selbst oft als Freunde deklariert. Was diese natürlich nicht sind. Das stellt sich immer genau dann heraus, wenn der Zweck erlischt. Ebenso erlischt dann das Gefühl der falschen Freundschaft. Die Menschen übertreiben es somit in zwei Richtungen. Auf der einen Seite gaukeln sie zu viel vor und auf der anderen Seite zu wenig. Der Mann von der Müllabfuhr und der Kunde. Die Frau an der Kasse und der Lieferant. Wir haben zu allen Menschen in unserer jeweiligen Zweckgemeinschaft eine Beziehung, die auf sehr unterschiedlichem Niveau ausgetragen wird. Je höher der offensichtliche Nutzen und je geringer der nicht erkannte Nutzen ist, desto unterschiedlicher verhalten wir uns. Das ist falsch. Sehr falsch. Denn Respekt macht keinen Unterschied. Wenn alle Menchen in unserer Zweckgemeinschaft, die wir nicht wirklich respektieren, für einen Monat uns mit deren Zweck alleine lassen würde, sähe es sehr schlecht bestellt um uns aus. Wir bewerten den Zweck. Sehr wichig bis unwichtig. Und so verändert sich unser Verhalten gegenüber der Menschlichkeit. Das ist ganz schlecht. Denn wenn wir alle mit gleich behandelten, dann wandelte sich merklich Vieles zum Besseren. Wer es nicht glaubt, der sollte die Menschen in seiner Zweckgemeinschaft mal für einen Moment behandeln wie den vermeintlich Wichtigsten. Und mit dem Wichtigsten mal für einen Moment verfahren, als wäre er einer von diesen vielen vermeintlich Unwichtigen. Wenn das passiert, dann könnten wir den Arikel 1 aus unserem Grundgesetz streichen wegen Überflüssigkeit.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:00

Mittwoch, 14. Februar 2007

Hausbesuch 2

Willkommen bei der note. Ein kleiner Eindruck von einer großen Idee. Sinn statt Vernunft. Ideen statt Einfälle.

Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 07:03

Are you gonna go my way?

Immer mehr kristallisiert sich bei mir heraus, dass meine Annahmen sich viel mehr bestätigen, als ich selbst zu glauben gewagt habe. Schon vor langer Zeit erschien mir die Ratio und ihre offensichtliche Überlegenheit als ein Trugschluss. Alles muss einer Logik folgen, erklärbar sein. Die geistige Überlegenheit des Menschen manifestierte sich vor allem in seiner bestechenden Intelligenz. Das sollte der Unterschied zu den Tieren sein. Diese ganzen Ketten von Logik und Erklärungen haben immer Zweifel in mir hervorgerufen. Weil mein Blick in mein Inneres von was ganz anderem überzeugt war. Das Gefühl, die Emotion und die Intuition waren allen logischen Argumenten immer weit überlegen. Meine Beweiskette war lückenlos und plausibel. Aber glauben und wissen wollte das niemand. Niemand wollte und will mir glauben, dass die Logik, die Ratio ein weitaus schlechterer Berater ist als das Gefühl, die Emotion und die Intuition. Wie der Prophet im eigenen Land kam und komme ich mir vor. Aber mein Wunsch, Menschen von meiner Überzeugung zu überzeugen, ist weniger und weniger geworden. Denn ich habe mir nicht mehr die Gegener, sondern die Befürworter meiner Überzeugung als Umgang ausgewählt. Denn längst sind auch andere Menschen zur selben Erkenntniss gekommen. Warum also ständig mich mit anderen Ansichten herumschlagen, wenn man in dieselbe Richtung gemeinsam blicken kann. Auch das ist eine Entscheidung aus dem Bauch. Ich war und bin es leid, Menschen überzeugen zu müssen. Da sind mir Gleichgesinnte lieber. Da kann man sich den ganzen Vorspann sparen und kommt direkt gemeinsam zur Sache. Das ist wunderbar.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

Elitäriat

Sich über alles aufregen zu dürfen, was nicht passend erscheint, ist die höchste Stufe des Verschwendungswahns. Es gibt Menschen, denen ist schon die Gegenwart von anderen Menschen unerträglich. In ihrer großen Allwissenheit erscheint der Rest der Menschheit ihnen einfach nur dumm und primitiv. Zudem ist alles, was sie nicht kennen, oder sie nicht ihr Eigen nennen, einfach nur unpassend, stillos bis hin zu spießig. Alles, was man nicht weiß, ist uninteressant. Im Gegensatz zu allem, was man selbst besitzt und beansprucht. Das ist natürlich ausnahmslos vom Feinsten. Dem Pöbel weichen sie weiträumig aus. Sogar im Auto empfindet das Elitäriat die Gegenwart dieser ganzen Unterklassenautos als eine Zumutung. Es müsste Staus nur für die Oberklasse geben. 10 Kilometer Richtung Salzburg nur PKWs ab 100.000 € aufwärts. Wohl fühlt man sich nur unter Gleichen. In der Oper. Im Edelrestaurant. Bei Wempe und in Hotels mit 5 Sternen und mehr. Man hat es verdient, das bessere Leben, also warum spielen sich darin Szenen ab, die nicht zum eigenen Spielplan gehören? Das Neueste und vom Feinsten muss es sein. Und alles andere ist einfach nur peinlich. Die Wohngegend spielt ebenso eine wichtige Rolle. Wenn nicht sogar die wichtigste. Das Elitäriat legt höchsten Wert auf die Etikette. Böse Zungen behaupten, die pupsen nicht mal und wenn, dann absolut geruchlos. Entstanden ist das Elitäriat aus dem Überfluss und der Wohlstandsgesellschaft, die nun eine Wohlabstandsgesellschaft geworden ist. Man ist und bleibt unter sich. Alles andere ist einfach nicht zu ertragen. Im Golf-Club. Im Yacht-Club. Im Business-Club. Eigentlich lebt das Elitäriat eingepfercht in dem goldenen Käfig voller Narren, den es sich selbst gebaut hat. Aber man bemerkt es nicht. Die nächste OP steht an. Eine kleine Korrektur hier, eine kleine Anpassung und Begleichung da. Man hat keine Zeit, über den Sinn nachzudenken, wenn man so viel Wichtigeres zu erledigen hat. Aber das Elitäriat kann einem auch Leid tun. Lebt es nicht in einem selbst geschaffenen Ghetto? Der Schönheits- und Jugendwahn treibt hier sein Unwesen. Und immer up to date sein ist anstrengender als man glaubt. Die vielen Anlässe, zu denen man muss und zu denen man will. Zudem das viele Engagement für die Kunst und die Kultur, um sich wenigstens das Gefühl zu kaufen, ein Teil von etwas Wertvollem zu sein. Und dann die Spenden, ja das Gewissen. Wenn vor 50 Jahren noch der

Sperrmüll Auskunft über den Grad des Reichtums gab, dann sind es heute die Spenden. Und dann lebt man in einer Welt voller Menschen, auf die man sich bedauerlicherweise verlassen muss, aber natürlich nie kann. Da hilft auch kein Geld. Alle, aber auch alle haben die falsche Einstellung. So ist man als eine Art Genie umgeben von Stümpern und Diletanten. Das ist schwer nur zu ertragen. Das Elitäriat ist der Barock der freien Marktwirtschaft. Es unternimmt alles, um seinem Leben einen teureren Sinn zu verleihen. Dabei unterliegt diese Schicht einem großen Irrtum: Wert ist nicht gleichbedeutend mit Werte.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Dienstag, 13. Februar 2007

Freie Wahlen

Man hat eigentlich immer die Wahl, etwas zu tun oder zu lassen. Alles was ist, ist entstanden durch unsere Wahl. Wir wählen alles selbst aus. Auch das, was wir oftmals nicht wollen. Viele Menschen beklagen sich über viele Aspekte in ihrem eigenen Leben und natürlich auch innerhalb ihrer Arbeit. Dabei gibt es bei den ganzen Klageliedern nichts, was sie nicht selbst gewählt hätten. Das Problem scheint, dass wir die freie Wahl noch nicht einfordern. Nicht ausüben. Nicht verfolgen. Wir wählen nicht, wir akzeptieren, nehmen hin, lassen gefallen, weichen aus, wir stellen uns nicht, wir lassen zu, wir dulden. Wir haben das Privileg der freien Wahl noch nicht drauf. Ganz im Gegenteil, andere wissen das und können uns deshalb spielend deren Wahl aufs Auge drücken. Die große Verantwortung der Demokratie hat uns noch bei weitem nicht durchdrungen. Die noch größere der freien Wahl schon gar nicht. Noch bedenken wir zu viel. Wir wollen nicht schuld sein. Nicht die Bürde der Verantwortung ertragen. Das Auto der Freiheit hat nach über 60 Jahren gerade mal ein paar Kilometer auf dem Tacho. Und weit herum gekommen sind wir auch nicht. Die Konsumfreiheit, die beherrschen wir. Aber alle anderen wichtigen und wesentlichen Freiheiten sind uns fremd. Das Problem ist das Bewusstmachen, dass wir jeden Moment unseres Lebens selbst bestimmen können. Und eigentlich müssen. Verlassen müssen wir uns in erster Linie darauf, dass man sich auf sich selbst verlassen kann, die richtige Wahl getroffen zu haben. Aber die Unfreiheit steckt noch in uns. Wie der Fußgeruch in Sportschuhen. Alles Klagen, Anprangern, Nörgeln und Argwöhnen ist das Ergebnis unserer Wahl. Wir sollten mit der Errungenschaft Wahlrecht besser umgehen. Das heißt nicht, dass wir eine Partei wählen müssen. Sondern wir müssen anfangen, ganz genau das zu wählen, was uns gut tut.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

George Harrison Effekt

George Harrison ist einer der Beatles gewesen. Eigentlich wurde er sein Leben lang an den Rand der Musikgeschichte gerückt und gedrückt. Denn vor ihm waren die Über-Egos John und Paul. Die werfen so große Schatten, dass kein Licht bleibt. Es bleibt kaum Luft zum Atmen. Ich habe viele Beatles Platten. Das weiße, das blaue und das rote Doppelalbum. Und Let it be und ... John und Paul haben so viele Songs geschrieben, dass auch hier kaum auf einer Platte Platz war für einen anderen. Somit komme ich nun zum George Harrison Effekt: "Here comes the sun" ist mein absoluter Beatles-Lieblingssong. Er ist absolut zeitlos. Denn er ist der einzige, den ich seit fast 40 Jahren immer wieder mal gerne höre. Er könnte heute geschrieben sein. Alle anderen Songs, bis auf einige wenige, gehören in eine andere, längst vergangene Zeit. Für mich ist "Here comes the sun" eine der wesentlichsten Kompositionen der Popgeschichte. Wenn George Harrison das lesen könnte, würde er sich bestimmt freuen. Denn gerade ihm ist bei weitem nicht die gebührende Anerkennung zuteil geworden. Wenn jemand einen solchen Titel ins Leben rufen kann, was hätte noch alles von ihm komponiert werden können, wenn diese beiden Über-Beatles nicht gewesen wären, oder weitaus weniger dominant? Die Antwort werden wir nie erfahren. Ob, wie bei einem Eisberg, die wichtigsten Kompositionen eventuell immer unter der Oberfläche bleiben werden? Was mir nur aufgefallen ist: dass Dominanz oft Raum, Zeit und auch alles andere geradezu für sich einnimmt. Bei den Beatles ist dabei zum Glück so viel Wunderbares herausgekommen. Was man vom Rest der Welt und unseres Alltags nicht immer sagen kann. Oder gerade im Gegenteil. Oft lässt Dominanz andere Qualitäten nicht wachsen, gedeihen und sich entwickeln. Der Lautere, Stärkere, Schnellere, Bestimmtere setzt seine Ansichten in der Regel wesentlich häufiger um als der Überlegte, der reifen lassen will, der Ruhige, Zurückhaltende und der sich selbst nicht so wichtig nimmt. Somit ist unsere Welt weitesgehend von den Dominanten gepägt. Wie sähe unsere Welt wohl aus, wenn Dominanz keine Rolle spielte? Ich spüre, das sie wesentlich besser dastünde.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:00

Montag, 12. Februar 2007

Goldkunde? – Nein Danke!

Noch vor Jahren schmeichelte es mir, wenn ich bei irgendjemandem den sogenannten Goldstatus erreicht hatte. Oder wie man diesen auch immer nennt. Ist doch ein gutes Gefühl, wenn man überall als etwas Besseres und Besonderes angesehen wird? Aber irgendwie beschlich mich immer dieses Unbehagen, dass mit dem Begriff eigentlich nur das goldene Kalb gemeint ist, das gemolken wird. Denn wenn man schon etwas Besonderes ist, dann kostet alles auch ein wenig mehr. Im Flugzeug zum Beispiel ist der Unterschied zwischen Business-Class und Economy-Class ein grauer Vorhang vor oder hinter mir und dass alle, die vor dem grauen Vorhang sitzen, für ein belegtes Brötchen zwischen 200 und 500 € bezahlen. Das wars. Denn das ist oft der Preisunterschied. Vorne die goldenen Kälber mit Goldstatus und hinten der Rest. Bei Mobilfunkanbietern dasselbe Bild. Wenn der nette Berater im Mobilfunkshop in seinen Computer schaut und nach dem Passwort der Begriff Goldjunge auftaucht, dann weiß man nur eins: dass man mehr als alle anderen bezahlt. Somit nennt die Industrie alle Kunden, die ordentlich bluten müssen und mehr als alle anderen zahlen, Goldkunden. Somit hat sich im Lauf der letzten Jahre meine Einstellung zu dem Begriff drastisch geändert. Wenn ich irgendwo Goldstatus erreicht habe, ist es Zeit, sofort was zu ändern. Andere Anbieter machen sich nicht mal die Mühe, diesen Unterschied kenntlich zu machen. Da gibt es nur Weihnachtsgänse. Da werden alle Kunden mit Versprechen gemästet, um sie dann ordentlich auszuschlachten. Da glänzt nichts, lediglich die Profitgier in den Augen der jeweiligen Anbieter. Somit ist die Suche nach einem priviligierten Status, der auf Leistung, Kosten und Treue aufbaut, wie die Suche nach der Nadel im Heuhaufen. Wir sind dann doch für viele nur das dumme Kundenvieh. Ein goldenes oder alle anderen Arten von Rindviechern.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

Aus dem Archiv: 12 bessere Karten

Lang ist es her, da habe ich klassisch Kaltakquise betrieben. Damals habe ich 12 Sätze auf Postkarten verewigt, die mir wichtig waren und richtig erschienen. Diese sind mir wieder beim Aufräumen in die Hände gefallen. Peter hat sie fotografiert. Ein schönes Zeitdokument. Kaltaquise?! Was für ein zum Scheitern verurteilter Versuch, Menschen auf eine solche Distanz von einer solchen Qualität überzeugen zu wollen. Das ist ja so bescheuert, als ob man einem einen Wein am Telefon verkauft. Glauben Sie mir: schmeckt gut! Aber man hat das damals so gemacht. Alle haben das irgendwie gemacht. Bis die schlechten Zeiten kamen, da war Schluss mit den verheißungsvollen Hochglanzbroschüren: Wir sind toll. Wir sind kreativ. Wir sind die Richtigen. Wir sind besser. Die armen Kunden. Mir wurde im Laufe der Jahre klar, dass man über diese Art der Akquise nur kalte Fische angeln kann. Mit denen man nie warm wird. Deshalb habe ich irgendwann auch angefangen, in jedem einzelnen Job, den man hat und in jedem Kunden die Kaltakquise anzusiedeln. Einfach immer einen so guten Job machen, dass man sich immer wieder die Chancen erarbeitet, dass jemand Gefallen daran findet. Und dann mit einer Erwartungshaltung auf mich zukommt. Wie ich auf die Flasche Wein im Regal, die ich will, weil ich eine ebenso schöne Erwartungshaltung damit verbinde. Qualität hat viel mit Glauben zu tun. Sehr viel, bis nur. Die kann man unmöglich kalt servieren. Sondern darauf muss man Heißhunger entfachen. Immer und immer wieder. In allem, was man macht. In allem steckt die Chance von einem Gleichgesinnten entdeckt zu werden. Außer in plumpen Annäherungsversuchen.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:00

Sonntag, 11. Februar 2007

Augenblick 2

Ein weiteres Foto meines Vaters. Es stammt aus den 70ern. Aufgenommen in Japan. Auf einer seiner zahlreichen Geschäftsreisen. Ein weiterer wunderbar eingefangener Augenblick. In meiner Erinnerung für die meine Ewigkeit.

Geschrieben von Christof Hintze in Weite Welt um 13:02

Freitag, 9. Februar 2007

dolomiten

Geschrieben von Peter von Felbert um 15:35

dolomiten

Geschrieben von Peter von Felbert um 15:35

dolomiten

Geschrieben von Peter von Felbert um 15:31

Kommunikation ist nicht was man sagt, sondern was andere verstehen

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 15:20

Ausgang ungewiss, aber richtig

Jemand hat mal zu mir gesagt: Wenn du kreativ ernsthaft etwas bewirken willst, dann musst du 10 Jahre dasselbe tun. Einige wenige Künstler haben dieses ungeschriebene Gesetz befolgt. Und siehe da: Einst belächelt, erzielen deren Kunstwerke heute Spitzenpreise und hängen in den wichtigsten und schönsten Häusern. Somit ist nicht entscheidend, was man am Anfang macht, sondern ob man das durchhält. Die meisten Kreativen haben kein Sitzfleisch, die können nicht durchhalten.

Kunst besticht vor allem bei den Menschen, die keine Ahnung haben, dadurch, dass jemand dasselbe 10 Jahre macht. Somit muss das Kunst sein. Und wenn es Kunst ist, muss es wertvoll sein. Wenn man also Steine nähme, die immer bunt anmalte und immer 5 Stück so arrangierte, dass daraus ein buntes 5-Steine-Ensemble entstünde, und wenn man dies 10 Jahre lang in ca. 4.000 Varianten machte, dann käme der Tag, an dem im Museum of Modern Art die Nummer 2.545 aus dem Werksverzeichnis ausgestellt würde. Die man in der Frühphase des Künstlers noch für nur 25.000 Dollar erworben hat. Soweit die Theorie.

Nun zur Umsetzung. Ich habe letztes Jahr meine Kunstform entdeckt. Das Schreiben im Blog. Ich habe schon vorher Massen geschrieben, aber nur für mich. Somit bin ich im Jahr 1 meiner Künstlerkarriere und muss nur noch 9 Jahre durchhalten. Deshalb schreibe ich diesen Text. Weil ich jedes Jahr einen schreiben will. Um dann rückblickend der Erste zu sein, der einer Theorie den praktischen Beweis hat folgen lassen. Oder auch nicht. Wir werden sehen. Ich habe ja noch die Idee mit den Steinen.

Die note Werbeagentur wird nächstes Jahr übrigens auch 10 Jahre alt. Auch hier habe ich dieselben Gesetzmäßigkeiten angewandt. Der Ausgang ist zwar ungewiss, aber er scheint richtig. Am 25. März 2008 ist es soweit. Sternzeichen Widder. Mal sehen, ob die sich abzeichnende positive Entwicklung der letzten Zeit dann wirklich so rasant weitergeht. Somit hätte ich dann zwei Eisen im Feuer.

Die Moral von der Geschichte lässt sich daraus auch einfach ableiten: Wenn man was macht, dann macht man es richtig und mindestens 10 Jahre lang, um zu sehen, ob es wirklich funktioniert. Sonst bekommt man nie raus, was dran war an der Idee. Gilt vor allem auch für Marken und deren Erscheinungsbild. Es scheint so, als ob dasselbe ungeschriebene Gesetz auch hier seine Wirkung entfaltet. Wer durchhält und aushält, steht oft am besten da.

(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Ausschnitt aus der Büro- und Geschäftsausstattung der note werbeagentur in München)

Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 07:01

Spielbälle

Die Idee an sich ist wie Ball. Im Prinzip nichts. Egal, aus welchem Holz sie auch geschnitzt ist. Den schönsten Toren der Welt ist es, auf gut Deutsch gesagt, egal, mit welchem Ball sie geschossen wurden. Den wichtigsten Toren geht es nicht anders. Welcher Ball war es noch mal? Ideen werden erst dann wertvoll, wichtig und unersetztlich, wenn sie etwas Großartiges bewirken, vollbringen, erzielen. Denn eins ist mal klar - ohne Ball - kein Tor. Das sähe dann aus wie ein Luftgitarrenwettbewerb nur mit Luftfußbällen. Was nebenbei bemerkt genau den Charakter der Massen von schlechten Einfällen umschreibt. In Gedanken ist jedes Tor mindestens ein Tor des Monats oder in 92 Minuten das entscheidende bei einem WM- Endspiel. Aber der Ball an sich stellt keinen Wert dar. Man muss ihn schon ins Spiel bringen. Mein Kopf ist voller Bälle, die ich unmöglich alle ins Spiel bringen kann. Na und? Der Ball, der nicht gespielt ist, den sieht und vermisst ja keiner. Außer in meinen Gedanken. Wie gerne würde ich mitspielen und mit meinen Ideen ein Traumtor nach dem anderen reinhämmern und einige sehr wichtige wären sicher auch dabei. Aber so geht das Spiel, nicht jeder Ball kann mitspielen. Somit liegen viele Ideen wie Fußbälle in der Garagenecke. Dabei hätten sie alle das Zeug dazu, das wichtigste Tor für irgend jemanden zu schießen. Aber für viele Bälle, sowie für viele Ideen in meinem Kopf, wird das wohl ein Traum bleiben. Besser, man gewöhnt sich an den Gedanken, sonst zieht das einen noch runter. Man muss einfach die Chancen verwandeln, die man sich erarbeitet hat, oder die einem gegeben werden. Vielleicht schaut man dann in Jahren in die Ecke der Garage und dort liegt dann kein Ball mehr. Was für eine schöne Vorstellung.

(Foto: Peter von Felbert; Motiv: Viele Tischkickerbälle auf einem Haufen)

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:00

Donnerstag, 8. Februar 2007

Man möchte fliegen können (Hansgeschichten)

Das Land war eine Insel. Im Osten war eine weite Ebene. Gebirge gab es im Norden und im Westen und da bis ans Meer; mit steilen Flanken und mal mehr mal weniger Vegetation. Das Dorf war ein Nest, das am Berg klebte und aufs Meer hinunter sah. Die Häuser waren gelb getüncht, hellrosa und ockerfarben. Die Fensterläden waren grün und einige standen offen. In großen Tonkübeln blühten rosafarbene und hellblaue, blaue, blauviolette und weiße Hortensien. An den Mauern und Fassaden der Häuser kletterte der lilafarbene Oleander empor. Die Häuser standen dicht gestaffelt. Dazwischen gab es sehr schmale Gassen, durch die ein kräftiger Wind von Süden blies. Von der Piazza Umberto I. war das Meer kaum noch zu sehen. Die Straße herauf war Hans durch dichte Kastanienwälder gefahren. Von Zeit zu Zeit hatte sich ihm der Blick auf das Meer geöffnet und Marciana Marina mit dem alten Wehrturm am Hafen war zu sehen. Hier oben blies ihm der Wind einen feinen Sand ins Gesicht. Es war der Scirocco, der von Nordafrika heranwehte.
Einige Häuser an der Piazza hatten schmale Außentreppen aus Stein, die in der Art der Häuser verputzt waren und zu den oberen Stockwerken führten. Der Name des Platzes war über einer grünen Tür auf die Hauswand gemalt worden und langsam verblasst. Daneben hatte man eine neue Tafel angebracht, auf der Piazza del Recciso zu lesen war.
Ein dicker Mann mit kurzen Hosen und gelbem Hemd war gekommen und hatte begonnen einen Kanister mit Wasser zu füllen, das er am Gemeindebrunnen zapfte. Er beugte sich herunter und trank auch einen Schluck während sich der Kanister langsam füllte.
An dem Haus mit dem Schild CIRCOLO AMICI DE POGGIO war eine große, weiße Steintafel angebracht worden. Hans stand davor und versuchte die Inschrift zu übersetzen. Sie bezog sich auf einen S. PAOLO DELLACROCE FONDATORE DEL PASSIONISTI E APOSTOLO DELL´ ELBA, der im Juli 1735 auf dem Platz gepredigt hatte. Hans war sich nicht sicher, wofür oder wogegen er gepredigt haben könnte. Weitere handgemalte Straßenschilder zierten die verschiedenen Häuser am Platz. Außer dem Ortsnamen, der Name der Straße und der Nummer des Hauses, waren auf den Schildern sehr kunstvoll zwei Wappen dargestellt. Das linke Wappen zeigte einen Amboss und zwei Hämmer; das rechte eine Hand, die eine Zange hielt.
Der Mann, der den Kanister gefüllt hatte, verließ den Platz, ging bergauf und hatte schwer zu tragen, denn der Kanister war sehr groß.
In der Bar, in der Hans sich einen Campari holte, standen fünf Männer beisammen, die lautstark diskutierten. Ein schwarzer Hund wieselte um ihre Beine herum. Der Hund, der weiße Pfoten hatte, blickte Hans hinterher, als er mit dem Campari auf die Terrasse ging.
Der Wind hatte einen Sonnenschirm und Stühle umgeworfen. Ein Mann mit einem Fernglas, der am vorderen Rand der Terrasse saß, kommentierte die Anlegemanöver der Segler unten im Hafen von Marciana Marina. Wehrturm, Mole und Häuser waren in gleißendes Licht getaucht. Die Häuser der Hafenstadt waren gelb gestrichen und jedes hatte ein rotes Dach. Das Grün der Hügel schob sich bis an die Häuser heran und auch zwischen den Häusern verteilte sich viel Grün. Hans sah auf das Meer, wo die Wellen weiße Schaumkappen trugen, die viele weiße Segelboote sein konnten, wenn man es so dachte. Über dem Meer lag ein weißer Dunstschleier, der die Sicht zum Festland trübte. „Man möchte fliegen können", sagte der Mann, der durch das Fernglas sah.

Geschrieben von in Weite Welt um 16:47

note-blog 2.0 – Have a look

Schön oder? Alle, denen es noch nicht aufgefallen ist: Das note-blog sieht jetzt ein wenig anders aus. Weil man es jetzt dynamisch an die Bildschirmgröße anpassen kann. Zieht mal an der Ecke unten rechts, dann werdet ihr Augen machen. Dabei haben wir Patrick nun endlich auch den Gefallen getan und an der Lesbarkeit gearbeitet. Hier und da noch ein wenig schöner, klarer und besser. Wie wir finden. Bleibt nur zu hoffen, dass ihr es auch so empfindet. Wenn nicht, inhaltlich bleibt alles beim Alten, und nur das zählt letztendlich.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:29

Zweisam statt einsam

Einige der wesentlichsten und wichtigsten Dinge für das gesamte Leben werden einem nicht erklärt. Was man alles für unwichtige Dinge drauf haben muss. "Endoplasmatisches Reticulum" sag ich nur. Mir scheint es, als ob man uns fast nur das Unwichtige mit gibt. Damit wir nicht alle oben schwimmen, sondern die meisten auf nimmer Wiedersehen abtauchen. Für jeden Schwachsinn benötigt man eine Prüfung oder was Ähnliches. Aber wenn es um die wirklich wichtigen Dinge geht, dann soll man seinem Gefühl folgen. Der Intuition. Dann gibt es nur Schulternzucken. Und gut gemeinte Ratschläge. Tja, das weiß man eben vorher nicht. Und wer weiß, für was es gut ist.

Über all die Jahre habe ich immer geglaubt, dass man viele Menschen um sich herum haben und vor allem an sich binden muss, von denen man entweder einen Nutzen hat oder die einem möglichst das abnehmen, was man selbst nicht machen will.

Auf der Suche nach der richtigen Frau suchen einige auch so etwas wie die eigene Mutter. Wenn nicht alle. Denn dann ist der Kühlschrank wieder voll, das Essen auf dem Tisch, die Wäsche gemacht und die Bude sauber. Mutter hat sich eben um alles gekümmert, was man selbst nicht machen will. Gruselig, diese Vorstellung. Aber nicht unrealistisch. Um eins klar zu machen: Bei der Wahl meiner Frau haben diese Aspekte offensichtlich eine eher untergeordnete Rolle gespielt. Denn vieles der angesprochenen Dinge mach ich gerne selbst oder wir zusammen. Aber trotzdem sucht man oft am falschen Ende, das wollte ich eigentlich damit sagen ...

(Dieser Beitrag ist hier noch nicht zu Ende, sondern geht hinter dem nun folgenden Link weiter)

Über die vielen Jahre hatte ich erst immer den Traum, mit meinen besten Freunden zusammen eine Agentur zu haben. Das ist gescheitert. Nicht an der Idee, sondern daran, dass beste Freunde was ganz anderes sind als Zweckgemeinschaften auf höchstem Niveau. Sobald der Zweck erlischt, fällt auch das Niveau ins Bodenlose. Die Idee finde ich immer noch toll, aber nicht mehr wirklich erstrebenswert. Denn die Verbindung zu den besten Freunden sollten aus einem anderen Holz geschnitzt sein, als dass sie klebrig durch den schnöden Mammon zusammengehalten werden.

Meine zweite ebenso blöde Idee war, mir Geldgeber als Gesellschafter mit ins Boot zu holen. Und die dritte noch blödere Idee war es, Kompetenzen, die ich nicht einbringen wollte und konnte, an das Unternehmen zu binden. Bei Variante 2 und 3 übersieht man die primären Interessen solcher Gesellschafter im selben Boot.

Somit habe ich mich einige Zeit auf ein Leben als einsamer Gesellschafter in meinem Unternehmen eingestellt, bis mir ein Licht aufging. Ein helles und warmes. Und es hat sogar einen Namen. Torsten. Eine vierte und sicherlich letzte Variante und Versuch, aus der Einsamkeit eine Zweisamkeit zu machen. Denn im Gegensatz zu allen Versuchen zuvor ist er auf der ganzen Linie ein Gleichgesinnter. Ohne dass wir uns Freundschaft vorgaukeln, und das schon sehr, sehr lange. Ohne dass er Geldgeber ist, somit seine Interessen genau den meinigen entsprechen. Ohne dass er etwas macht, was ich nicht tun wollte. Wir sind beides beratende, konzipierende, textende – sagen wir mal Gestalter im großen Feld der Kommunikation. Somit sind wir so eine Art Harry und Sally der Werbung. Jahre sind wir harmonisch und perfekt nebeneinander hergelaufen. Haben uns aufeinander blind verlassen.

Da beziehe ich Torstens Ausflug mit ein. Eine zeitliche Trennung, die uns letztendlich noch näher zusammen gebracht hat. Und jetzt machen wir es. Weil es zusammen einfach schöner ist. Und mit dem Blick zurück auf die letzten 8 gemeinsamen Jahre ist der Blick nach vorne sehr verheißungsvoll. Wir kennen uns. Sehr gut.

Und wir haben gemeinsame Interessen, Visionen und Träume. Und nebenbei machen wir dann Werbung. Gibt es was Schöneres? Ich kann mir zur Zeit nichts vorstellen. Und will mir auf lange Sicht auch nichts anderes vorstellen. Und hoffe, so nun auch mein Gesellschafterglück gefunden zu haben. Wenn das mal so einfach gewesen wäre wie privat. Aber alles zu seiner Zeit. Und lieber später als nie.

(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Geschenk von Christof an Torsten vor einigen Jahren, als er für einen Zeitraum die Agentur verlassen hatte. Heute sind die beiden Teile wieder zusammen, und sie haben damals schon symbolisiert, was heute Wirklichkeit wird.)

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:19

Es gibt nichts, was man nicht besser machen kann: BIS Designbox

Wir hatten einen langjährigen Kunden, der hieß Rheinhold & Mahla. Jetzt haben wir denselben Kunden immer noch, aber er heißt nun BIS. Das wiederum heißt Bilfinger Berger Industrial Services. Somit durften wir für über 100 Tochtergesellschaften mit mehr als 10.000 Mitarbeitern in ganz Europa ein neues Gewand, sprich CD, mal anders in Szene setzen als gewohnt. Der berühmte CI/CD-Ordner, hat sich somit zu einer Designbox gewandelt. Womit? Mit Recht! Denn wir wollten das erfolgreiche alte Unternehmen, im neuen Outfit, treffend in Szene setzen. Marke ist für uns mehr als ein Ordner im Schrank. Deshalb haben wir etwas entwickelt, das eine größere Aufmerksamkeit auf sich zieht. Und ebenso in der Wirkung einem herkömmlichen Ordner um Längen überlegen ist. Wir dachten, das ist das richtige Zeichen, um zu beweisen, wie ernst es uns guter Kommunikation ist. Die Erwartungen haben sich erfüllt. Der Aufwand hat sich mehr als gelohnt. Denn bei den meisten sind wir nicht im Schrank verschwunden, sondern haben den Thron erklommen – und stehen auf dem Schreibtisch. Und das ist bekanntlich der beste Platz, den man erreichen kann. Da kommt nur hin, wer Besonderes leistet. Darauf sind wir ein Stück weit sehr stolz. Aber auch hier gilt: Ohne den Kunden wäre die Idee nur eine ganz schöne Idee geblieben. Denn der Anstoß, dass man das doch besser machen kann als das, was man kennt, kam in diesem Fall vom Kunden. Das ist ein Ball, den man gern aufnimmt. Danke.(Motiv: Designbox, Kunde: BIS – Bilfinger Berger Industrial Serives, realisiert: Januar 2007, Agentur: note werbeagentur münchen, Konzpet: Christof Hintze, Art: Regina Kremer)

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:17

Mittwoch, 7. Februar 2007

Je einfacher die Geschichte, desto kompliziertere Inhalte können besser transportiert werden

Warum einfach, wenn es auch kompliziert geht. Der Mensch neigt dazu, den Dingen immer etwas Besonderes mit zu geben. So fangen alle komplizierten Wegbeschreibungen mit demselben Satz an: "Ach, das ist ganz einfach..." Den Dingen muss eine Art Tiefgang, Aufwand und Komlexität angedichtet werden. Das soll sie in den Augen des Zuhörers wertvoller machen. Man trinkt nicht einfach einen guten Wein, und überlässt dem Mittrinkenden seine eigene Meinung. Nein: 4,7 Stunde Sonne am Tag. 33 Grad Hanglage. Lavaboden. Im neuen Eichenfass. 3 Jahre. Nummerierte Flaschen. Echter Korken. 99 Parker Punkte. 4 Sterne im Johnson. Schwer zu bekommen ... Und dann korkt der Wein. Unser Kunde LHI gestaltet Fonds. Die in ihrer Konstruktion eher einer komplizierten Formel zur Berechnug der Marsflugs gleichen. Welche allerdings sicherstellt, dass der Kunde auf dem Mars ankommt. Obwohl die Ziele hier mehr irdischer Natur sind. Und weil das so ist, so kompliziert, haben wir uns für eine einfache Geschichte entschieden. Denn niemand auf der Welt will wirklich wissen, was die Formel genau bedeutet, sondern ob sie ans Ziel führt. Und diese Klarheit und Einfachheit gilt es, zu vermitteln. Das haben wir gern getan.

(Fotos: Peter von Felbert, Motiv: LHI Immobilienfonds TechnologiePark Köln, Konzept: note werbeagentur, Christof Hintze)

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:02

Dienstag, 6. Februar 2007

Brief an die Angst

Liebe Angst,
Du machst es einem wirklich nicht leicht. Irgendwie bist Du immer allgegenwärtig, aber wenn man sich Dir stellen will, dann bist Du wie vom Erdboden verschwunden. Fast so, als ob Du es mit Dir selbst zu tun bekämst. Bekanntermaßen bist Du ein schlechter Berater, aber totzdem sind viele Entscheidungen maßgeblich durch Dich beeinflusst. Auf der einen Seite beschützt Du einen. Denn durch Dich lernt man die Vorsicht. Und überwindet den Leichtsinn. Du warnst. Und wenn es ein muss, setzt Du Kräfte frei, an die man selbst nicht gegelaubt hätte. Erst durch Dich ist unser Überleben so sicher geworden. Aber dann hast Du Dich ins Gegenteil verkehrt. Oder besser gesagt, wir Menschen haben Dich verdreht. Du hast Dich verselbstständigt. An Stellen, an denen es niemand erwartet hätte. Eventuell, weil es keine berechtigten Ängste mehr so richtig gibt? Ich weiß es nicht. Aber wir haben Dich instrumentalisiert. Du bist zu einer Wirtschaftsmacht aufgestiegen. Auf Grund Deiner Fähigkeiten gibt es ganze Märkte und Branchen. Es gibt sogar Produkte, die Dich hervorrufen sollen. Und dann wiederum gibt es Produkte, die sollen Dich vergessen machen. Eventuell haben wir es mit Dir zu leicht genommen. Dich unterschätzt. Darum bist Du jetzt allgegenwärtig. Das ist nicht gut. Und wenn man es genau betrachtet, hast Du das nicht verdient. Denn wie gesagt, auf der einen Seite bist Du lebensnotwendig. Aber nicht so. Man müsste zurückkehren können zu Deinen Ursprüngen. So eine Art Bio-Angst. Oder Angst-Light. Man müsste Dich relativieren können. Um Dich wieder auf ein gesundes Maß zurückzustufen. Das tät allen gut. Ich glaube sogar, Dir stünde das besser zu Gesicht. Aber das ist nur meine Meinung.

Hochachtungsvoll
Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Die Früchte des Vertrauens - Ein Investment-Engel über Europa

Das geht mir alles zu schnell." Das höre ich häufig und das denke ich selbst. Vom Briefing bis zur Idee und Verabschiedung in nur 48 Stunden. Ein Ergebnis von langer Vertrautheit. Als Agentur hat man den Kunden irgendwann so verinnerlicht, dass man sich bei diesem hin und wieder besser auskennt als bei sich selbst. Alle Fehler sind von beiden Seiten irgendwann gemacht. Und die wenigen, die noch folgen können, werden als solche nicht mehr wahrgenommen. Es ergibt somit einen Sinn, dass dieselben lange auf dem selben Kunden tätig sind. Und zwar kreativ, kritisch und reflektierend. So dass derselbe Kunde immer wieder anders wahrgenommen wird. So kann man gemeinsam die Qualität verdichten. Wie bei diesem LHI Privat Equity Fonds Prospekt. Die Idee war ein Investment-Engel, der mittelständischen Unternehmen mit ordentlich Liquidität da unter die Arme greift, wo es für alle Beteiligten einen Sinn ergibt. Mal ehrlich, so schön können so trockene Themen in Szene gesetzt werden. Wenn beide wollen und mitspielen. Die Agentur und der Kunde.
(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Investment Engel, Konzept: note werbeagentur münchen)

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:00

Montag, 5. Februar 2007

Brief an die Zuversicht

Sehr geehrte Zuversicht,
eigentlich würde ich mich sehr darüber freuen, wenn wir richtig dicke Freunde wären. Aber mir scheint, dass unsere Beziehung über eine gut gemeinte Bekanntschaft nicht hinaus kommt. Obwohl ich für meinen Teil dachte, alles getan zu haben, damit mehr aus uns beiden wird. Aber ich fühle, dass ich mich viel zu häufig an Dich wenden muss und ich mich genau in den Momenten, in denen ich Dich wirklich gut gebrauchen könnte, mich nicht so richtig auf Dich verlassen kann. Nun gut, man kann diese Dinge eben nicht erzwingen. Sicherlich wäre es sogar besser, wenn ich unsere Beziehung objektiver und realistischer sehen würde. Aber begehrt man nicht immer das, was man offensichtlich nicht besitzen kann? So geht es mir auch mit Dir. Wie gerne würde ich Dich zu meinen guten Freunden zählen. Aber es geht wohl nicht. Das muss ich akzeptieren. Obwohl, wie gesagt, das ist keine Absage von meiner Seite, ich möchte auch nicht beleidigt wirken. Nein, es ist einfach nur eine Feststellung. Das wird doch mal erlaubt sein. Also, bis zum nächsten Mal. Ich würde mich sehr freuen, wenn Du da wärst, wenn ich Dich mal wirklich brauche. Wenn nicht, auch nicht schlimm, ich habe mich daran gewöhnt.

Hochachtungsvoll
Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Der langsame Weg von der Vernunft zum Sinn: Das Laimer Atrium

Es ist schon gute 5 Jahre her, da hatten wir bei unserem Kunden LHI nach langem Durchhalten den ersten sichtbaren Durchbruch. Der auch noch die gewünschte Wirkung entfaltete. Aus den Vertriebskanälen kam reichlich warme Milch und Honig zurück. Geradezu überschüttet wurden wir mit sinnlichen, emotionalen und rührenden Reaktionen von Menschen, die bis dato keinen Sinn darin erkannten. Keinen Sinn, warum ein Fonds-Prospekt anderen Attributen als der reinen Vernunft folgen sollte. Den Mund haben wir uns fusselig geredet. Immer wieder sind wir vor die berühmte Pumpe gerannt. Aber eines Tages war es soweit. Ein geschlossener Immobilienfonds der LHI, Standort München, erwartete seine Prospektierung. Und wieder ging ich nur mit der Kür in die Schlacht. Und siehe da, der Kunde war weich geredet und gekocht. Kein Widerstand mehr. Der Wille der reinen Vernunft war für einen Moment gebrochen. Dieser Blackout reichte, um das Konzept so weit voranzutreiben, dass es kein Zurück mehr gab. Im Finale wurde es noch mal ruppig und hässlich, aber wir haben das alles ausgesessen und ausgestanden. Und das Ergebnis war, wie bemerkt, überschwänglich. Und ab diesem Zeitpunkt hatten es nicht nur alle schon immer gewusst, sondern hatten wir schon viel bessere Karten. Was ein erheblicher Fortschritt war, wie sich bis heute zeigt. Man verändert die Welt eines Kunden nicht an einem Tag. Sondern Schritt für Schritt muss man ihn an die Hand nehmen, mitnehmen, wie über glitschige Steine in einem Flussbett. Man muss so von dem Ufer der Vernunft an das des Sinns gelangen, wobei vor allem der Kunde keine nassen und kalten Füße bekommen soll. Manchmal gelingt das, oft nicht. In diesem Fall ist es bis heute von Erfolg gekrönt, klar, eindeutig, unbeugsam, ignorant, uneinsichtig und immer auf seiner Position zu verharren. Manchmal zahlt sich das aus. Zur Nachahmung ist das nicht unbedingt empfohlen, fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. Denn die Nebenwirkungen muss man aushalten wollen und können.(Fotos: Peter von Felbert; Motiv: LHI Immobilienfongs Laimer Atrium)

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:00

Freitag, 2. Februar 2007

Eiskalt erwischt

Man stelle sich mal vor, dass wäre das eigene Auto das da geparkt ist. Somit stellt sich die Frage, wie komme ich an den Eiskratzer auf der Innenseite der Fahrertür? Oder wartet man bis Ostern? Ice happens!

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 10:36

LHI Polen, wir nehmen Sie beim Ort.

Wie gerne agieren auch Werber am liebsten aus ihrem Elfenbeintürmchen. Verbunden mit der sicheren Überzeugung, die Welt da draußen bestens zu kennen. So lange sich die zu bewerbenden Produkte und Dienstleistungen im selben Turmzimmerchen befinden, kann das gelingen. Aber was aus dem Blickfeld gerät, oder nie ins Blickfeld gelangt ist, das wird fremd bleiben. So nähert sich viel Werbung nur der Zielgruppe, bleibt dabei aber zu weit weg, um von dieser verstanden zu werden. Da hilft es nicht, die Zielgruppe zu beleidigen, sondern man muss raus. Man muss die Sicht der Dinge aus deren Augen betrachten. Aber wer will das schon? Wir sind so drauf. Weil wir gerne reisen und weil wir den Dingen gerne auf den Grund gehen. Und weil wir wenigstens den Versuch unternehmen wollen, von der Zielgruppe verstanden zu werden. Die LHI Polen ist in Polen. Genauer gesagt in Warschau. Die Menschen in Polen ticken anders. Ganz anders. Wir wissen das. Denn wir waren da. Wir haben uns das gerne reingezogen. Wir haben hingesehen, zugehört und mitgemacht. Deshalb ist uns auch nichts fremd, vor allem die nicht die Menschen mit ihren völlig anderen Zielen, Werten und Umgangsformen. Dieser Job war uns eine große Freude. Denn wir durften viele neue Blickwinkel und Ansichten hinzugewinnen. Danke. Und Geld gab es auch noch dafür. Ein polnisches Unternehmen lässt sich von einer deutschen Werbeagentur eine Imagebroschüre machen. Zu deutschen Preisen. Das wollte ich zum Schluss noch mal erwähnen. Ach ja, einen Traum habe ich mir dabei auch noch erfüllt, ich habe nachts alleine genau an der Stelle niedergekniert, an der Willy Brand seiner Zeit auf die Knie fiel. Es war unbeschreiblich. Auch das erlebt man im Elfenbeinturm nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:30

Ein Geständnis: irren ist möglich. Auch bei mir.

Das learning: Man sollte auf gar keinen Fall einen Fehler 2 x machen. Nun kann ich es ja erzählen. Es ist schon lange her. Ich hatte neben einer Werbeagentur in Düsseldorf auch noch eine High-End Lautsprecherschmiede in Essen. Die hieß ALR Jordan. Im Zuge einer nicht enden wollenden Erfolgswelle entschieden wir, uns an dieser Firma gleich mit Mehrheitsanteilen zu beteiligen. Uns gelang auch einfach alles. Was sollte uns aufhalten? Die Strategie war einfach. Wir wollten einfach mehr Lautsprecher verkaufen. Denn da standen 7 Testsieger in unseren Reihen. Die Lieblinge der High-End Presse. Schlechter Plan, wie sich schnell rausstellte, denn der Markt für Lautsprecher hat sich innerhalb eines Jahres halbiert. Das bemerkten wir aber zu spät, weil wir zu beschäftigt waren. Kein Problem. Dann machen wir eben andere Lautsprecher. Denn besser waren wir ja schon. Zweiter schwerwiegenden Fehler. In einen Markt, in dem über 80% aller verkauften Lautsprecher schwarz sind, geht man nicht mit Lautsprechern, die nicht schwarz sind. Auch das bemerkten wir viel zu spät. Dann gaben wir auch noch unser gutes Geld für Werbung aus. Von wegen Doppelseiten. Eine gute Idee funktionierte plötzlich auch in schwarz/weiß auf einer 1/1 Seite. Wie sich der Blick auf die Werbewelt schlagartig verändert, wenn man mal sein eigenes Geld ausgibt. Die leichte Übung wurde zunehmend zu einem schweren Brocken. Von dem damaligen Handelsvertreter wollten wir uns mal so schnell trennen, wir Anfänger. (Dieser Beitrag geht noch ein kleines Stück weiter, bitte folgen Sie dem folgenden Link)
Das wurde furchtbar, aber zum Glück nur teuer. Es kam noch
schlimmer. So schlimm, dass dann auch noch der kaufmännische Leiter
sich das Leben nahm. Das ist leider kein Witz. Mein Bester Freund war
zudem mit von der Partie und wachte in einem Alptraum auf. Es hatte

sich dann schnell, einige Zeit später, weil wir widerum keine Zeit hatten, dann endgültig ausgeträumt. Alle halbherzigen Versuche sind kläglich gescheitert. Alle arroganten und überheblichen Strategien sind ebenso erbärmlich gescheitert. Worte können das Handeln nie ersetzen. Diese Story ist so haarsträubend von A bis Z, dass ich noch heute kalten Schweiß auf der Stirn bekomme, wenn ich nur daran denke. Aber aus diesm Alptraum habe ich teure und schmerzliche Lehren gezogen. Somit wollte ich nur zum Ausdruck bringen, ich bin nicht schlau und nicht schlauer als irgendjemand da draußen. Hat sicher auch niemand gedacht, auch wenn es oft so klingt. Ich habe das alles am eigenen Leib erlebt, was man nie falsch machen sollte, mit allen Konsequenzen. Ich bin fulminant gescheitert. Übel und teuer. Deshalb ist mein Rat für viele auch so wertvoll. Zum einen hätte ich gerne darauf verzichtet, zum anderen wäre ich nicht der Mensch, der ich heute bin. Das kann man sich im Leben nun mal nicht einfach so aussuchen. Trotzdem stimmt es mich alle Zeit immer wieder mal sehr traurig, dass alles das, was ich als leichtes Spiel betrachtet habe, das man so aus dem Handgelenk schüttelt, für andere toternst ist. Die Kastastrophe war nicht zu verhindern, das war Pech und dumm, aber noch dümmer wäre es, nicht die richtigen Schlüsse daraus zu ziehen. Das habe ich. Und andere daran profitieren zu lassen. Das tue ich. Und so etwas nie wieder zuzulassen. Das werde ich.(Foto: Peter von Felbert, der damalige ALR Jordan Katalog)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:26

Encore une fois : French Connection

Ein Meilenstein der Filmgeschichte. Meine Auferstehung von Gene Hackman zu einem der Größten. Ich liebe diesen Film. Und das schönste, es gibt einen zweiten Teil. Und dieser ist dem erste ebenbürtig. Was selten gelingt. Aber hier sind zwei wie einer.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:18

Donnerstag, 1. Februar 2007

Augenblick

Dieses Foto ist von meinem Vater. Der 1000 Interessen hat. Schon immer. Nur alle seine vielen Interessen behält er für sich. Es genügt ihm. Das ist auf der einen Seite bewundernswert, aber auf der anderen Seite schade. Denn zum Beispiel sein fotografischer Blick auf die Welt bleibt vielen verborgen. Das hat nun ein Ende. Er hat mir seine schönsten Bilder zukommen lassen und ich werde sie euch nach einander zeigen. Das ist mein Lieblingsfoto. Es ist der perfekte Augenblick. Er hat es vor langer Zeit in Spanien aufgenommen. Kann man den vergänglichen Moment des Lebens schöner einfangen? Das wahre Leben läuft nicht im Fokus ab, sondern immer an den Rändern. Und es ist geprägt von Glück, Zufall und Schicksal. Alles das sehe ich in diesem Bild. Wunderbar.

(Foto: Thomas Hintze, Motiv: Augenblick)

Geschrieben von Christof Hintze in Weite Welt um 20:25

Großes scheitert im Kleinen

Sie haben großes vor. Gut. Bedenken Sie dabei nur die unzähligen und mitnichten unwichtigen Kleinigkeiten. Denn der Haken an der Sache ist immer auf den Teufel im Detail zurückzuführen. Das Problem, das sich immer wieder stellt, ist die große Kluft, die sich zwischen Visionären und Realisten auftut. Der Visionär würde bei einem Auto aus Versehen den Rückwärtsgang vergessen. Der Realist würde nie ein Auto bauen. Warum auch? Es gibt doch Pferde. Ein weiteres schönes Beispiel begegnet mir immer und immer wieder. Wenn man Umkleidekabinen in Modegeschäften betritt, dann soll und will man sich darin umziehen. Den Besitzern dieser Geschäfte ist der Sinn dieser Umkleidekabinen oft nicht klar. Denn sie wollen im Großen und Ganzen Klamotten verkaufen, da bleibt keine Zeit an diese Umkleidekabinen zu verschwenden. Dumm, sehr dumm. Wenn ich einen Modeladen aufmachen müsste, dann wären meine Umkleidekabinen eine Wohltat. Es gäbe ein Fach für die Handtasche, eine Ablage für Brillen, einen Schuhanzieher und das Beste zum Schluss: Kleiderhaken. Zudem wären diese 5 x so groß wie alle anderen. Hätten einen großen Spiegel. Und mehr will ich nicht verraten, eventuell fordert einer von mir ja mal ein sinnvolles Modegeschäftskonzept. In Restaurants, vor allem die Gattung, die viel auf sich hält, bei denen sogar die Blumendekoration farblich mit den Schürzen der Kellner abgestimmt ist, ist mein erster prüfender Gang gerne auf die Toilette. Wer die Qualität eines Restaurants erfahren will, muss nur einen Blick auf die Toilette werfen. Auch fehlt oft der Kleiderhaken auf der Innenseite der Tür, was Männer mehr als in Bedrängnis und zugleich in die Bredouille bringt. Nur mit einem akrobatischen Akt kann man hier alles hinter sich bringen. Das sind nur zwei kleine Beispiele aus einer Fülle von Unzulänglichkeiten, die einem die Laune auf lange Sicht vermiesen können. Also, ich komme sicher nicht wieder in ein Geschäft, in dem die Umkleide mehr etwas von einer italienischen Stranddusche hat. Und auf ein Restaurant, das nicht mal Kleiderhaken hat, kann ich auch gerne verzichten. Die Liste dieser peinlichen Kleinigkeiten, an der große Ideen scheitern, ist sehr, sehr lang. Aber mich fragt ja keiner. Oder sagen wir mal so, nur meine Kunden. Und die hassen mich, wenn ich denen unter Androhung militanter Gewalt drohe: Wenn beim nächsten Mal nicht dieses digitale Gepiepse aus der Warteschleife verschwunden ist und lieber durch angenehmen GEMA-freie Stille ersetzt wird, dann rufe ich nicht mehr an. Das ist reiner Psychoterror. Haben Sie schon mal in so einer 1992 Casiowecker Digitalsound Pour Elise Warteschleife gehangen? Ich wünsche das niemandem. Deshalb: Wer wirklich Großes vorhat, nimmt lieber auch einen dieser wahnsinnigen, engstirnigen und kleingeistigen Perfektionisten zur Seite. Der nichts Besseres vorhat, als alles immer mit den Augen der Kunden zu sehen. Dann kann und wird nichts mehr schief gehen. Dann klappt es auch mit den Kunden.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Kleiderhaken an der Toilettentür der note Werbeagentur in München)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:19

Der Simulant: Ich traute meinen Augen nicht

DOS-Laptop mit Apple-Oberfläche. Auch auf die Gefahr hin, dass dies für Euch alle ein alter Hut ist: Ich habe es zum

ersten Mal live gesehen (miterleben müssen). Da kann man sich eine Software runterladen und der hässliche DOS-Rechner macht auf geilen Apple OS X. Und das läuft sogar einwandfrei. Ohne Probleme. DOS mal in sexy. Es gibt echt nichts, was es nicht gibt. Gibt es das auch anders herum? War nur ein Witz! Entschuldigung.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:02

Good to see: Good morning Vietnam

Ein Film wie ein Wechselbad der Gefühle. Hier liegen Weinen und Lachen nicht nur nah bei einander, sondern überschneiden sich häufig. Robin Williams spielt sich hier für immer in mein Herz. Ein unverbessliches Meisterwerk für mich. Und ein Beweis dafür das man jedem Thema ohne pathetisch werden zu müssen gefährlich nah auf die Pelle rücken kann, oder sogar hin und wieder wie in diesem Fall auf den Grund.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:00

Mittwoch, 31. Januar 2007

winter 3

Geschrieben von Peter von Felbert um 12:18

winter 2

Geschrieben von Peter von Felbert um 12:13

winter 1

Geschrieben von Peter von Felbert um 12:11

Laufruhe

Die meisten Dinge, über die man sich aufregt, sind bei genauer Betrachtung der Erregung nicht wert. Dem gegenüber stehen einige wirkliche Ärgernisse, über die man gerne mal hinwegsieht. Zudem ist oftmals das Objekt des Ärgernisses oft gar nicht das, worüber man sich in Wirklichkeit ärgert. Und andere Objekte, die einen wirklich eigentlich zur Weißglut treiben müssten, lassen einen kalt. Der Ärger an sich ist also sehr und äußerst heimtückisch. Somit gilt es den Ärger genau zu betrachten, ihn zu entschärfen, weil man ihn entlarvt. Und sich dem eigentlichen Grund zu stellen. Und den wirklich ärgerlichen Aspekten zu begegnen. Der Vorteil an diesem Verhaltenswandel ist, dass man sich über Unwichtiges nicht mehr aufregt. Zudem Wichtiges im eigenen Interesse regelt, ändert, anpackt, fallen lässt, aus dem Weg geht, begegnet. Wie auch immer, aber eins nach dem anderen aus dem eigenen Leben räumt. Auch der Ärger anderer Mensch ist wesentlich einfacher zu verdauen, wenn man weiß, dass der angebliche Grund nicht der wirkliche ist, und wenn man weiß, dass es viel Wichtigeres gibt, über das derjenige sich besser mal ärgern sollte. Ärgermanagement sollte man das nennen. Denn es gibt zwei Arten von Ärger: Den positiven, konstruktiven Ärger. Und den negativen, destruktiven Ärger. Der zweite ist weit aus mehr verbreitet. Es gilt langsam aber stetig dem positiven Ärger mehr Raum einzuräumen und den negativen gleichermaßen abzubauen. Das geht, wenn man will, relativ leicht. Es gibt zwei Übungen: Die erste heißt: Optimiere dein Timing. Die zweite heißt: Bewerte nicht alles. Dem gegenüber stehen zwei Übungen, die den positiven Ärger fördern: Lass los, was dich nervt. Pack an, was du willst. So weit, so gut. Aber es gibt, wie bei allen Veränderungen, einiges zu berücksichtigen. Was macht man mit der ganzen Energie, die man für den sinnlosen Ärger vergeudet? Auch der negative Ärger kompensiert einiges. Zwar destruktiv, aber er macht es. Eine Art emotionale Müllverbrennung. Wer keine Interessen hat, wird sich ohne diesen Ärger sehr leer fühlen. Wer viele Interessen hat, wird diesen endlich nachgehen können. Die andere Nebenwirkung liegt wie immer in der Konsequenz. Machen Sie diese Übungen nur, wenn sie vorhaben, diese bis zum letzten Atemzug auch durchzuziehen. Nicht wie so eine Art Hardcore-Diät für die Nerven, das bringt nichts und man ärgert sich letztendlich noch mehr. Und zwar über sich selbst. Welches bekanntlich die schlimmste Form des Ärgerns ist. Mensch ärgere Dich nicht ist somit eine Lebenseinstellung, die man sofort anfangen kann, aber die man bis zum Ende durchhalten sollte. In guten und in schlechten Tagen. Der Gewinn an Lebensqualität ist enorm. Der an Arbeitsqualität nicht minder. Also, aufregen nur über das, was sich lohnt und bei allem anderen gelassen werden und auf Sicht auch bleiben.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Mensch ärgere Dich nicht Männchen)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Vorstellung: Aus bist du noch lange nicht, sag mir erst wie alt du bist

Der alte Fritz Berger Katalog:

Der neue Berger Katalog:

Wer reagiert nicht ein wenig empfindlich auf die Frage: "Na, wie Alt bist Du denn?" Vor allem, wenn man nicht mehr der Jüngste ist. Und alles unternimmt, um das Sichtbare unsichtbar zu machen. Die ersten Lebensjahre kann man gar nicht schnell genug älter werden. Ständig macht man sich lieber älter. Und dann wendet sich das Blatt. Schlagartig. Mit Marken ist es ebenso. Die meisten altern mit ihren (Un-) Verantwortlichen. Denn die können es nicht ertragen, dass jemand besser oder jünger aussieht als sie selbst. Somit ist bei vielen Unternehmen die Marke ein Spiegelbild des Alters derer, die das Sagen haben. Somit nehmen diese im übertragenen Sinne die Marke mit sich ins Grab.Erfolgreiche und gute Marken befinden sich zeitlebens in ihrem idealen Lebensmittelpunkt. Und da bleiben sie auch. In 50ern, 60ern, 70ern und so weiter. Der Lebensmittelpunkt ist idealerweise da, wo sich der äußere Rand der Käufer + 10 Jahre und - 10 Jahre befindet. Somit können die einen noch aufsehen zur Marke. Und die anderen fühlen sich noch geschmeichelt. Wer freut sich als 43-Jähriger nicht darüber, auf Anfang 30 geschätzt zu werden? Und welcher 20-Jährige orientiert sich nicht schon mal an jemandem, der Anfang 30 ist? Alle erfolgreichen Marken sind immer gleich alt. Oder jung. Eine Frage des Blickwinkels. Somit geht die gute Marke mit der Zeit und bleibt sich dabei treu. Die schlechte Marke altert zunehmend. Somit muss man die Gabe, die Fähigkeit und die Bereitschaft besitzen, eine Marke in ihrem angestammten Alter zu bewahren. Auch wenn die Trends, Entwicklungen und Veränderungen dies selbst nicht in vollem Umfang nachvollziehen können. Aber dafür müsste man über den berühmten Schatten springen. Das können nur wenige. Wir sind auf eine solche Marke gestoßen und haben jetzt 2 Jahre Zeit, oder uns 2 Jahre Zeit erbeten, diese zurück in den Mittelpunkt zu holen. Zurück in den erstrebenswerten Lebensmittelpunkt. So Anfang 30 soll sie werden. Zurück in das Zentrum aller Käufer. Ob das klappt? Natürlich, wir machen das ja nicht zum ersten Mal. Es ist eine unserer leichtesten Übungen, Marken zurückzuholen. Zurück ins Leben. Aber nur wenn auf Kundenseite alle mitspielen. Und das ist oft die schwerste Übung. Das ist für viele eher eine Verrenkung. Weil sie nicht mit der Zeit, sondern in Ihrer Zeit leben können, denken, handeln und entscheiden können. Das liegt zweifelsfrei am fortgeschrittenden Alter, oder wie gesagt am fehlenden Zeitgefühl. Meistens ist es beides. Denn es ist eigentlich das Selbe. Also, im Februar kommt der neue Berger. Der alte Fritz soll der Vergangenheit angehören. Und das ist erst der Anfang. Ein Guter.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:01

Das Geschäft meines Lebens

Es war 1986. Es ist lange her. Und liebes Finanzamt, ihr könnt mir nichts mehr. Ich war jung, es ist längst verjährt. Wir haben Weihnachtsbäume verkauft. In Köln. Köln Müngersdorf. Und wir haben Weihnachtsbäume da aufgestellt, wo einer hinmusste und wo jemand einen wollte. Unser Trumpf war dieser Junge aus dem Kölner Klüngel. Seinen Vater kannte jeder. Deshalb waren in diesem Jahr so gut wie alle Bäume von uns. Der 16 Meter Brocken vor der Gothaer-Versicherung. Und das 16 Meter Ding in der Halle der Kreissparkasse auf dem Neumarkt. Die teuersten Restaurants, Versicherungen und Banken. Bis hin zum Sex-Shop, wir haben mit oder ohne Ständer aufgebaut. Der Junge, die lebende Eintrittskarte, kam ganz nach seinem Vater und liebte alles, wo sein Name drunter oder drauf stand. Deshalb durfte er alle Rechnungen schreiben und alles quittieren, was man unterschreiben konnte. Das tat er mit einer Leidenschaft, die mich noch heute begeistert. Wir waren zu dritt. Und wir teilten fast brüderlich. Wir zwei hatten die harte körperlicher Arbeit, deshalb nahmen wir uns entsprechend mehr vom Kuchen. Das war okay. Wir haben die Bäume selbst gesägt, verpackt und hin und her gefahren. Angeliefert und aufgebaut. Wir haben 4 Wochen reingehauen wie wir konnten. Und am Ende sprang eine Summe dabei raus, die mich bis heute beschäfigt. Sehr sogar. Sonst würde ich die Geschichte nicht erzählen. Aber wir sind im Web, deshalb gibt es keine weiteren Namen und keine Zahlen. Nur so viel - Wow! Sogar der Familie Ludwig haben wir einen Baum angeliefert und aufgestellt. Das war der kulturelle Höhepunkt dieser Aktion. Und ich wache noch heute alle Jahre wieder auf und sehe das ganze Bargeld vor mir - Wow.Die Story kommt vom Termin für einige sicher etwas zu spät. Denn für die liegt Weihnachten gerade hinter uns. Für einig kommt sie etwas zu früh, denn Weihnachten liegt ja noch weit vor uns. Mir ist das Timing in diesem Fall mal egal. Eine Story, ist eine Story, ist eine Story.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Dienstag, 30. Januar 2007

Erfahrungssachen

Es bleibt nicht viel übrig an Substanz, wenn man mal alles außen herum abblättert. In meinen Erinnerungen in Sachen Werbung zum Beispiel fallen mir nach 20 Jahren spontan vielleicht 5 bis 10 Dinge ein. Nach mehr muss ich schon suchen. Nach noch mehr geradezu wühlen. Da sind Momente für immer festgehalten. Aber mehr wie in einem Fotoalbum. Wie es sich angefühlt hat, oder gerochen, oder was auch immer entzieht sich meiner Erinnerung. Ich finde das nicht viel. Noch mehr. Es erschreckt mich. Dass the best of my ad-life keine Top 50 füllt. Nicht mal eine Top 20. Sondern mit Mühe und Not komme ich auf 10. Vergänglichkeit. Das muss es sein. Also versuche ich, mich auf meine Liebeleien, Liebschaften, Beziehungen von kürzerer und längerer Dauer zu konzentrieren. Das hat mir damals immer sehr viel bedeutet. Deshalb muss ich hier doch wesentlich mehr Erinnerungen haben. Und?! Wenig. Wie hieß die noch mal? Wie sah die eigentlich aus? Auch hier bleibt wenig. Sehr wenig. Das überrascht mich noch mehr. Denn meine Sexualität währt jetzt schon über 25 Jahre. Aber auch hier nur Bruchstücke. Als ob man sich die Urlaubsbilder eines anderen ansieht. Und so geht es weiter. Ich forsche einzelnen Themen nach. Fußball. Wein. Reisen. Wieviele unvergessliche Momente fallen mir einfach nicht mehr ein? Oder sehen heute ganz anders aus? Es ist erschreckend, was die Erinnerung aus der Vergangenheit macht. Das macht mich stutzig. Denn alle berufen sich auf die Zeit. Auf die vielen Erfahrungen. Wenn ich ehrlich bin, mache ich das auch. Aber was ist noch da? Was ist wirklich noch gegenwärtig? Das Leben im Jetzt und mit einem konzentrierten Blick auf das Morgen verschlingt die Vergangenheit. Ich weiß, wie das neue iPhone aussieht. Aber nicht, wie meine Handys vor dem ausgesehen haben, das ich jetzt habe. Wie sah mein erstes Skateboard aus? Mein Fahrrad? Was habe ich getan die ganze Zeit? Ich dachte, die Summe meiner schönsten Erinnerungen würde sich über Tage erstrecken. Diese Momente waren auch da. Viele, wie ich glaube. Aber sie sind jetzt nicht mehr so relevant, dass ich sie abrufen kann wie ein kühles Bier aus dem Kühlschrank. Somit stellt sich die Frage an die Erfahrung: Ist das nur ein Vorwand? Ist das nur eine unüberlegte Behauptung? Oder leide ich einfach nur unter Alzheimer? Worauf berufen sich da so viele? Mir fällt so vieles nicht mehr ein. Auf welche Erfahrungen berufen sich da alle, wenn täglich so vieles neu und bei Null beginnt?(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Schweizer Wanduhren)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:10

Tunnelblick

Beim Tunnelblick fokussiert man auf einen einzigen Fixpunkt und ist dabei mit den Gedanken wo ganz anders. In der Regel stiert man auf diesen ominösen Punkt. Es macht nicht den Anschein, als dass man ihn wirklich sieht, sondern dass man durch ihn weit, weit hindurch sieht. Nebenwirkungen sind Blässe, kalte Hände und ein extrem ausgetrockneter Mund. Ich denke, der Puls und der Blutdruck steuern zum Tunnelblick ihren Teil bei. Die Hände zittern und die Motorik wirkt grobschlächtig. Die Aussprache wir undeutlich. Man könnte es auch Stammeln nennen. Bei der detaillierten Beschreibung könnte man fast annehmen, ich wüsste, wovon ich spreche. Nein, das tue ich nicht. Ich beschreibe nur das, was ich bei anderen wahrgenommen haben, die diesen ominösen Tunnelblick hatten. Es scheint der Moment zu sein, der gefühlsmäßig nie endet. Es ist der Augenblick vor dem Herzinfakt. Dem Stillstand. Der Lähmung. Menschen, die unter dieser Lebensbegleiterscheinung leiden, hoffen inständig, dass die Umwelt das so nicht mitbekommt. Also wenigstens nicht in vollem Umfang. Ich tue das. Ich sehe das. Und ich spüre, wie das Herz des anderen zu rasen beginnt. Wenn alles außer Kontrolle zu geraten scheint. Wenn die Psyche demjeingen einen bösen Streich spielt. Immer und immer wieder. Der Tunnelblick ist der verzweifelte Blick nach dem Ausweg aus einer extrem unangenehmen Situation. Was mich verwundert, ist, dass Menschen mit dieser Erscheinung sich immer wieder in diese Situation bringen. Das offensichtliche Leiden wird einer ständigen Wiederholung ausgesetzt. Als ob ein Zwang in der Begegnung mit dem eigenen Leiden gewünscht würde. Warum, frage ich mich, warum tun sich Menschen das an? Schon beim Zuschauen wird mir ganz anders.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Autotunnel)

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:09

Montag, 29. Januar 2007

Ideen gießen

Ideen auf den Tisch. Jede Idee muss über kurz oder lang auf den Tisch der Tatsachen. Und liegen sie nun. Eine neben der anderen. Und jetzt wird es ganz menschlich. Fast humanistisch. Wenn ich nur darüber nachdenke, wird mir noch ganz warm ums Herz. In allen Konferenzräumen der Welt in Werbeagenturen spielt sich ein ähnliches Schauspiel ab. Da gibt es den Favoriten. Die Idee, die alle toll finden. Und da gibt es die ganz gute Idee. Die auch nicht so übel ist. Und die Idee, an der was dran ist. Man weiß nicht genau was. Aber irgend etwas hat diese Idee. Und anstatt mit der ersten Idee ins Renne zu gehen, wird jetzt Stunde um Stunde aufgewendet, alle tun ihre Meinung kund, wie man der schwächsten Idee auf die Sprünge helfen könnte. Wie man der eingegangenen Primel neues Leben einhauchen kann. Das habe ich nie verstanden. Warum nicht der positiven Energie der ersten Idee folgen und diese einfach Wirklichkeit werden lassen? Nein, 80% der Kosten, der Zeit, der Energie werden dafür vergeudet, einer Idee auf die Sprünge zu helfen, die nur einen Sprung schafft. Den in den Papierkorb. Aber so ein kaltes Herz hat der Kreative nicht. Da wird aufgepeppelt, noch mal ran gegangen, optimiert und probiert. Um am Ende, nämlich 24 Stunden vor der Präsentation, zu erkennen: Die ist scheiße. Was ist eigentlich mit der ersten Idee? Die war doch toll. Bis heute denke ich mit Grauen an diese Meetings zurück. Und ich habe mir geschworen, Ideen, die nichts taugen, werden wie Unkraut gezupft, und frisches Wasser und Pflege bekommt nur die Idee, die von Anfang an einem entgegen sprießt. Das tut so gut. Und niemand hindert mich daran. Wunderbar. Was für ein Glück habe ich, dieses Kapitel lange hinter mir gelassen zu haben. Die hat was, die Idee? Dass ich nicht lache. Die hat was, und zwar nichts. Basta.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Gießkannen)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03

Glaube versetzt Märkte

Schon lustig zu sehen, wieviele Theorien sich darum ranken, mit welchem Zaubertrank und Marketingmix man die Gunst des Konsumenten für sich gewinnen kann. So gibt es eine Reihe von Glaubenskriegen im Marketing. Vor allem geführt von den Ungläubigen. Die einen glauben an nichts. Die glauben nur an Zahlen. Und zwar genau so lange, wie Zahlen ihnen Recht geben. Wenden sich die Zahlen gegen dieselben, dann fallen diese schnell vom Glauben ab. Dann gibt es diejenigen, die an die Technik glauben. Die ausschließlich auf den Vorteil, die Überlegenheit und die Ratio als Entscheidungsgrundlage setzen. Ein schöner Glaube. Der meist etwas mit Marktbeherrschung, Monopolen und anderen Verschiebungen von Realitäten zu tun hat. Nur an die Technik zu glauben als die wesentliche Marken- und Kaufentscheidung muss man sich leisten können und dürfen. Denn auch deren Anhänger fallen schnell vom Glauben ab, wenn sie versuchen müssen, außerhalb ihres übernatürlichen Einflussbereiches zu bestehen. Da glaubt ihnen das nämlich niemand. Auch sehr unterhaltsam ist die Glaubensgemeinschaft der Preiskrieger. Die glauben wirklich, dass nur ein besserer Preis die Gunst des Kunden gewinnen kann. Das glauben sie in der Regel so lange, bis der letzte, billigste Preis gemacht wurde und ein Markt und/oder ein Produkt werterschöpft zu Grunde geht, stirbt und zu Grabe getragen wird. Viele Glaubensrichtungen drängen sich um die Kaufentscheidung. Bei wenigen davon lohnt es sich, ihr nur einen Funken glauben zu schenken. Wer nicht an die Macht der Marke glaubt, dem will ich schon mal gar nicht helfen.(Foto: Peter von Felbert; Motiv: Maria mit Kind im Wasserglas)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Sonntag, 28. Januar 2007

Wir wussten es ja schon immer. Peter von Felbert & Christoph Peters auf einer ganzen Seite in der FAZ

Für alle die es nicht mitgekommen haben. Aus welchen unverständlichen und unverzeihlichen Gründen auch immer. Niemand geringeres als zwei Gleichgesinnte aus unserem Blog haben es geschafft auf eine ganze Seite der FAZ. Und die haben dafür keinen 1/1 Seite 4c Preis gezahlt, sondern waren hier redaktionell in Erscheinung getreten. Ich würde mal sagen, angekommen. Am Ziel. Was will man mehr? Wir sind begeistert und auch etwas stolz. Und ein wenig neidisch bin ich auch. Aber man muss gönne könne.

Foto der FAZ Ausgabe mit den Bilder von Peter von Felbert und den Texten von Christoph Peters. Hängt jetzt bei uns an der Tafel.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 16:31

Freitag, 26. Januar 2007

Darf ich eben mal schnell?

An Flughäfen kann man besonders gut eine bestimmet Spezies von Menschen beobachten. Habe ich eigentlich schon mal erwähnt, dass ich es liebe, Menschen zu beobachten? Ich bin geradezu süchtig danach. Oft stiere ich so genau, lange und intensiv hin, dass der Beobachtete es bemerkt. Und das nicht unbedingt als sympathisch empfindet, sondern eher als unangenehm, als Anmache oder Spionage. Aber egal, zurück zum Thema. In der freien Wildbahn des Flughafens kann man besonders schön die Businessflieger beobachten. Sonst leben diese ja auch sehr zurückgezogen im tiefen Dschungel der Büroraumwelten. Da sieht man nichts von denen. Aber auch gar nichts. Manchmal hört man etwas, oder liest. Aber an Flughäfen, da müssen sie raus. Ins Freie. Raus aus ihrer Deckung und sich in der freien Wildbahn behaupten. Meine Beobachtungslieblingsspezies sind die Schnelleren. Wenn ich einen erspähe, dann kann ich den Blick nicht mehr abwenden. Auch auf die Gefahr hin, dass dieser denkt, ich sei sicher schwul oder von der Konkurrenz. Das ist mir egal. Wäre ja auch nicht weiter schlimm. Mein Blick haftete an dieser besonderen Spezies wie der von Kindern an der Eistüte. Denn sie sind mehr als drollig. Unablässig versuchen diese alles, um schneller zu sein. Es gibt nichts, was diese nicht mit aller Gewalt schneller wollen. Schneller telefonieren. Schneller beim Check-in. Schneller bei der Kontrolle... (Dieser Beitag geht beim nachfolgenden Link weiter)
Schneller beim Bording. Schneller beim Aussteigen. Und schneller am Gepäckband. Schneller aus dem Flughafen raus. In der Regel sitzen diese Typen in der Reihe 1. Oder, wenn das Schicksal dieser Spezies ganz übel mitspielt, dann verbannt es diese in Reihe 2. Aber das ist das Höchste der Gefühle. Alles weiter dahinter würde den Flughafenchef aufs Parkett rufen. Man gewinnt den Eindruck, dass diese Menschen schon in Reihe 1 saßen, bevor das Bording losging. Als ob die vom letzten Flug noch gar nicht ausgestiegen wären. Und dann steht derselbe Mensch 2 Zentimeter von den Gummilappen weg. Exakt an der Stelle der Gepäckausgabe, an der die Koffer als erstes ins Licht der Welt zurückkehren. Und jeder Koffer, der ihm durch die Lappen geht oder nicht sein eigener ist, ist wie eine Niederlage, ein Gegentor, einen Unverschämtheit. Wenn er dann endlich da ist, dann trifft man denselben Mensche in der Schlange zum Taxi wieder. Er wartet nur kurz vorne und schreitet dann den nahenden Taxis entgegen. Wenn es sein muss hundert Meter. Das ist ihm egal. Er muss das Gefühl erlangen, früher im Taxi zu sein als alle anderen. Ihn scheint ein Trauma zu verfolgen, nicht der Erste zu sein, nicht schneller. Zeit verschenken oder zu vergeuden, erzeugt in ihm körperlichen Schmerz. Das muss so sein. Denn warum veranstaltet er sonst so ein Affenteater? Diese Spezies der Schnelleren unternimmt einen erbärmlichen und kläglichen, zum Scheitern verurteilter Versuch, die absolute Zeit zu verändern. Dieses Vorhaben ist absurd, aber das wissen diese Menschen nicht und wollen diese Menschen auch nicht wissen. Sie unternehmen alles, um die absolute Zeit zu biegen, zu brechen, zu verkürzen. Die holen ein 5-Minuten-Ei nach 3 Minuten raus und beschweren sich, dass es noch ganz weich drinnen ist. Dabei ist es dem Menschen von Natur aus nur gegeben, die relative Zeit zu beeinflussen. Und zwar um einen Prozentsatz, der so gering ist, dass es sich fast nie lohnt, überhaupt den Anlauf zu nehmen, diesen zu beeinflussen. Im Fluss der Dinge zu bleiben ist dieser Spezies unmöglich. Dem natürlichen Verlauf zu folgen käme denen nie in die Tüte. Das Fliegen dauert absolut - 3 Stunden 8 Minuten. Ende. Das zu Beeinflussende dabei, also die relative Zeit, beträgt Sekunden. Also warum der ganze Stress der Schnellen, wenn es Absolut gesehen nicht um Stunden geht, sondern sich alles relativ abspielt im Bereich von Sekunden. Stress, drängeln, sputen, beeilen, hetzen, zügig, flott, alles das für 5 Sekunden? Deshalb liebe ich diese Art von Managern. Denen im Leben alles gelingt. Und die wirklich glauben, dass sie auch die absolute Zeit beherrschen. Schon verrückt. Und seltsam zugleich.(Foto: Peter von Felbert Motiv: Flughafen Zürich)

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:05

Der kleine Dieb

Es war einmal vor nicht all zu langer Zeit, da trug sich folgende Geschichte zu: Zum Oktoberfest in München versammeln sich alle Schausteller an einem Platz, um das wohl größte Fest abzuhalten, in anderen Gebieten auch als Kirmes bezeichnet. An diesem besonderen Platz ist es guter Brauch, dass der Duft von Süßem in der Luft liegt, Musik aus allen Ecken ertönt und ein buntes Lichtermeer alles in eine verwunschene Traumwelt verwandelt. Wer den Fuß auf den Boden eines solchen Platzes setzt, der betritt sofort eine andere, schönere Welt. Die Menschen kommen in Massen und feiern gemeinsam das Leben. An allen Ecken und Ende blitzen und blinken die Verführungen. Vor allem für Kinder ist das ein Platz, der diese magisch anzieht und nicht mehr los lässt. Wer hat nicht diese wunderbaren Kindheitsfantasien, die sich auf diesen Plätzen abspielen? Träume aus Zuckerwatte, kandierten Äpfeln, Schießbuden und dem Autoscooter. Im Laufe der Zeit hat sich diese Welt der Träume weiter und weiter entwickelt. Aber der Autoscooter ist ein ganz besonderer zwischen alle den besonderen Orten. Hier arbeiteten und rangierten meine ersten Helden. Die Autoscooter-Einparker. Der kleine Traum vom Auto und dem Fahren hat hier tiefe Wurzeln geschlagen. So fiel vor einigen Jahren eine Meldung in der SZ auf. Da stand, dass ein gerade mal 10-Jähriger einen Einbruch verübt hätte. Auf der Wies'n. Und zwar genau in der Kasse vom Autosooter-Schausteller. Dabei hat er so viele Chips entwendet, wie er nur tragen konnte... (Dieser Beitag geht beim nachfolgenden Link weiter)Direkt am nächten Tag ist er dann zum Ort seines Verbrechens zurückgekehrt. Ich weiß nicht, nach wie vielen Fahrten es war, aber irgendwann zählte einer 1 und 1 zusammen. Der Kleine, der immer und immer wieder seiner Kreise drehte. Somit fiel der Diebstahl auf. Der Junge wurde gefasst. Was mit ihm dann passierte, entzieht sich meiner Kenntnis. Aber als ich die Zeilen las, lief mir ein kalter Schauer den Rücken runter. Wie gut konnte ich den Kleinen verstehen. Für mich war er ein Held für einen Moment. Denn er hat etwas getan, was sich alle wünschen, aber keiner traut zu tun. Endlos Chips zu haben für den Autoscooter. Alle, die aus gut betuchten Elternhäusern stammen, entziehen sich sicher meine Bewunderung. Aber alle, die jemals erlebt haben, wie es ist, wenn man Stunde um Stunde da steht, Tag für Tag, und nicht mitfahren kann, weil die Hosentaschen längst leer sind. Für alle die ist der Kleine ein Held. Bitte versteht mich nicht falsch. Nicht dass jemand glaubt, ich verherrliche an dieser Stelle eine Straftat. Nein, das verurteile ich natürlich zutiefst. Nein, aber er war 10 Jahre. Somit noch nicht strafmündig. Das nennt man einen Lausbubenstreich, auf den ich damals nie gekommen wäre. (Foto: Peter von Felbert Motiv: Oktoberfest München)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Angekommen

Endlich angekommen. Wer kennt das Gefühl nicht? Nach einer langen Reise endlich am Ziel angelang zu sein. Vor Anker gehen. Sich niederlassen. Im Hafen angekommen sein. Mir scheint, was man im übertragenen Sinne mit Reisen verbindet, trifft ebenso auf Menschen und Marken zu. Man weiß entweder wohin die Reise geht. Oder man reist umher, um den Ort zu finden. Oder noch schöner, der Ort findet einen selbst. Somit sind alle auf Reisen. Um anzukommen. An einem Ort, an dem man regelrecht fühlt, dass man da ist. Wenn ich über Ideen nachdenke, ist das ebenso. In Gedanken begebe ich mich auf Reisen. Reisen durch Informationen, Erfahrungen, Erinnerungen, Erkenntnisse, Erzählungen und vielen anderen Begebenheiten und Eindrücke. Aber wenn man am Ziel angekommen ist, dann spürt man das. Man weiß, dass man an der Lösung einer Aufgabenstellung angelangt ist. An seiner Lösung. Somit treffen wir ständig auf Menschen und Marken, die sich aufmachen auf eine Reise, oder die gerade reisen, und auf Menschen und Marken, die angekommen sind. Am Ziel. Ich beneide diese beiden. Denn sie sind da, wo sie hin wollten. Und können diesen Zustand nun genießen. Reisende können das nicht. Denn sie sind nie da, wo man sie gerade antrifft, weil sie eigentlich schon woanders sein wollten oder sollten. Reisende kann man deshalb nur ein Stück begleiten. Denn selten sind die Ziele dieselben. Vor allem, wenn Reisende kein Ziel definiert haben, sondern umherreisen... (Dieser Beitag geht beim nachfolgenden Link weiter)Wenn ich auf Menschen und Marken treffe, die in ihrem Hafen angekommen sind, dann fühle ich mich selbst gleich geborgener, sicherer und zufriedener. Denn es ist ein überaus schönes Gefühl, wenn man dem begegnet, was man sich selbst so sehr wünscht, da zu sein, wo man hin

will und hingehört. Und wenn andere das schaffen, dann kann man das vielleicht selbst ja auch schaffen. Das Wichtigste auf der Reise zu sich selbst ist, dass man in Bewegung bleibt. Wer aufhört, sich geistig und körperlich zu bewegen, wird zeitlebens das eigentliche Ziel nicht ereichen können. Das empfinde ich als schade und traurig zugleich. Aber auch das muss man lernen zu akzeptieren. Wie die anderen, die immer auf Reisen bleiben werden, ohne jemals anzukommen. Weil sie das eigentliche Ziel, das Ankommen, mehr fürchten als alles andere. So reisen wir. Und ich freute mich, wenn ich ankommen könnte. Da, genau da, wo meine Seele spürt, dass ich hingehöre. Ich spüre, dass ich ganz nah dran bin. So nah, wie noch nie in meinem Leben. Es sind nur noch ein paar Schritte, nur noch um die nächste Kurve und dann...?! Noch eine Kurve?! Oder am Ziel?(Foto: Peter von Felber, Motiv: Schiff)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

Donnerstag, 25. Januar 2007

They will never, ever come back

Es gibt Geschäfte und Berufe, die leben von der Einmaligkeit. Das heißt, der Kunde kommt oder nutzt das Angebot in der Regel nur ein mal im Leben. Deshalb bemüht sich auch niemand, einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Denn wie gesagt, der kommt nie wieder. Der Charakter solcher Geschäftemacherei ist gleich. Ein Deal. Das war's. Eine ähnliche Einstellung und ein ebenso bemerkenswert übler Qualitätsanspruch schlägt einem auch entgegen bei Monopolen oder Geschäften mit Abhängigen. Dealer haben keinen Empfang, an dem man einen Latte Macchiato bekommt. Man wird in der Regel nicht von einer hübschen Assistentin in den Konferenzraum begleitet. Nichts von dem. Das genaue Gegenteil ist der Fall. Somit ist die Theorie von der hohen Qualität und dem durchweg qualitativen Anspruch an alle Belange des Angebots mehr als zweifelhaft. Bei Sex, Drogen und Rock'n' Roll scheint es eine andere Vermarktungsstrategie zu geben. Nennen wir es mal Underperformance. Also, das andere Ende von dem, was viele von und über gutem/gutes Marketing verstehen. Auf welchem Papier sind Visitenkarten von Prostituierten gedruckt? Wie viele Seiten hat die Imagebroschüre eines Waffenhändlers? Die Welt des wirklich großen Geldes basiert auf Underperformance. Dabei könnte sich so ein Drogenkartell sicher locker wunderschöne Imagekampagnen leisten. Aber wo das große Geld läuft, da ist von gutem Marketing nichts zu sehen. Sondern genau das Gegenteil. Der Point of Sales ist oft übelst. Nass, kalt und voller seltsamer Erscheinungen. Das Thema Rabatte und Preisnachlässe wird bei den größten Branchen mit der sofortigen Beendigung der Geschäftsbeziehung beantwortet. Mailings? Fehlanzeige. Aber nette, große Jungs mit klaren Zahlungsaufforderungen, die gibt es. Drogen, Sex und Waffen machen sicher den Großteil des weltweiten Umsatzes aus. Danach kommt lange nichts. Aber trotz der großen Umsätze und der horrenden Gewinne - der Rest der Welt hat nichts davon. Weil alle, die von diesen Geschäften profitieren, auf Underperformance stehen und überzeugte Marketinggegner sind. Ähnlich verhält es sich mit einer zweiten Zielgruppe, die ich aber nicht in einem Atemzug mit der vorherigen nennen kann. Nennen will und darf. Aber wie schaffe ich die Überleitung, ohne dabei die political correctness zu verletzen?
Komm, der war doch nicht
schlecht, oder? Die Politiker und die Medien. Die lieben es auch, underperformed wahgenommen zu werden. Wie auch karitative Unternehmen. Ämter und Behörden. Zudem die Pharmaindustrie und das Bauwesen und... Viele Unternehmen stehen unglaublich drauf, sich in einem schlechten Licht zu zeigen. Eigentlich der Großteil der Gesellschaft. Das unbedingt billig Zusammengebaute und billig Dargestellte ist bei weitem kein Zufall, sondern gewollt. Ein Teil der Taktik. Denn man hat sehr ertragreiche Vorbilder. Die geben nicht einen Euro für gutes Marketing aus und verdienen ein Vielfaches. Da muss was dran sein. Und die meisten Unternehmensberater bescheinigen das und fördern diese Strategie. Geben Sie kein Geld für Marketing aus. Nicht ganz uneingennützig. Aber wenn es der Auftraggeber gerne hören will. Somit sind alle, die Underperformance betreiben, in ertragreicher Gesellschaft, ob in guter, das steht auf einem anderen Blatt. Auf einem ganz anderen. Man Müsste das mal probieren. Seine Kunden stinkend und ungewaschen zu empfangen auf der Rückseite eines Güterbahnhofs. Die Kampagne in eine alte Tageszeitung einwickeln. Vorher bar abkassieren und in einem 15 Jahre alten schwarzen 500 SL davon fahren. Der Kundenberater kommt aus

der Ukraine und macht auch das Inkasso gleich mit. Unsere Eigenwerbung besteht aus reiner Mundpropaganda, bei der nie Namen fallen. Wir kommen in Hotels unter, die so sinnige Namen haben wie "Bei Susi" oder "Zur Uschi". Und wenn man uns fragt: "Was machen Sie denn so?" Dann Antworten wir, wie unsere großen Vorbilder aus der Welt der Underperformance: "Dies und das, Import & Export." Und auf die Frage: "Haben sie eine Internetseite?" antworten wir gelassen: "Wir glauben nicht ans Internet. Wir glauben an Bargeld." Und das Beste daran ist: Die Kunden kommen nie wieder. Nie. Und wenn, dann sind sie trotzdem zum ersten Mal da. "Haben sie mal einen Funkspot?"

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:03

Hausbesuch 1: "Treten sie ein in unsere gemeinsame Welt"

Wir sollten uns kennenlernen. Dachten wir uns. Das ist sicher eine gute Idee. Darum haben wir diese Serie ins Blogleben gerufen: Hausbesuch. Darin zeigen wir immer ein Stück von uns. Von der note. Vom Bavariaring. Von uns. Wir wollen, dass Ihr uns sehen, erkennen, spüren, schmecken und vor allem gut riechen könnt. Das Internt bringt die Menschen so nah, dabei bleiben sie soweit entfernt voneinander. Wir wollen eine Brücke über diese Distanz bauen. So dass, wenn es doch mal dazu kommt, was wir alle hoffen und wünschen, die Begegnung mit der Realität von einer großen Übereinstimmung bestimmt ist. Als ob alte Bekannte sich treffen. Menschen, die sich noch nie gesehen sind, die nur etwas annehmen und glauben können von- und übereinander, begegnen sich so, als ob sie sich schon lange kennen. Das ist eine schöne Vorstellung, deshalb machen wir das. Also, treten Sie ein.Ach ja, wir sitzen in einem Gebäude, das über 100 Jahre alt ist. Und die Geschichte dieses Hauses begegnet einem ständig. Was sehr schön ist. Denn es macht einem klar, dass man nur eine bestimmte Zeit hat. Gemeinsam. Und diese gilt es zu nutzen. Wie viele Menschen, Familien sind im Laufe der Zeit die Treppen hinaufgestiegen und haben diesen Türgriff betätig? Was für eine gewaltige Geschichte. Und was für einen Bruchteil, begleitet man diese selbst. Nun gut, wir sind immerhin schon seit 1998 hier. Aber was sind 9 Jahre mit dem Blick auf die bewegendsten über 100 Jahre unserer Entwicklung? Als dieses Haus gebaut wurde, da fuhr man noch mit Kutschen. Und das Haus lag vor der Stadt. Jetzt ist es mitten drin in einer anderen Welt. Aber die Geschichte, die in jedem Winkel sitzt, die begleitet einen auf Schritt und Tritt. Ich liebe das. Es ist schön. Dieses Gebäude ist nicht gleichgültig. Nichts an ihm ist belanglos. Alles an ihm erscheint wertvoll. Der beste Platz für die Idee note.Foto: Peter von Felbert, Motiv: Türgriff im Büro der note werbeagentur

Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 07:01

Einfach schön

Die ersten Reaktionen auf das Blog Book machen Mut. Und gehen runter wie Öl. Ullrich Förster, seines Zeichens Geschäftsführer der EURO RSCG in Düsseldorf, zählt es zu den besten Büchern, die er je gelesen hat. Und er hat nach eigenen Aussagen sehr viel gelesen. Thomas Eberwein, ebenfalls ein Geschäftsführer, nur von der Werbeagentur Ogilvy Brand Center in Düsseldorf, sieht darin eines der wichtigsten Marketingstandardwerke. Frank Herold vom Marketing Blog hat es fast aus den Schuhen gehauen. Heiko Walkenhorst, ebenfalls vom Marketing Blog, zeigt sich ebenfalls tief beeindruckt und absolut positiv überrascht. Timo Off vom Blog Geistesblitz ist hingerissen von der Flut von Gedanken, Ideen und der überzeugenden Darstellung. Novesia von Novesia dell`arte Blog war tief berührt und zugleich gerührt. Ihr schönstes Weihnachtsgeschenk nennt es Frauke Weber, die PR-Päpstin vom Marketing Blog. Und auch Patrick Breitenbach, der Werbeblogger, zeigt sich mehr als positiv überrascht. Die Zustimmung derer, die es bis jetzt in Händen halten durften und konnten, ist überwältigend, beeindruckend und macht zugleich ein gutes Stück demütig. Die Erwartungshaltung an uns ist unbemerkt auf einen Schlag ein paar Etagen nach oben gesaust. Gut so. Denn Anerkennung und Zustimmung sind die wohl schönsten Gefühle, die einem widerfahren können.Kritik ist auch vereinzelt zu vernehmen. Man hätte es besser Blog Book One genannt. Denn der zeitliche Bezug 2006 stimmt mit dem Buch nicht überein. Es ist vielmehr ein Marketing-Kommunikations-Standardwerk, dass es immer lohnt zu kennen. Der Eindruck sei entstanden, es wäre eine Art Jahresrückblick. Das ist es nicht. Es ist nach Aussage einiger offensichtlich viel mehr. Zudem gibt es Anmerkungen zum Preis. Die aber mit Blick auf die kleine Auflage, Großformat A4, Digitaldruck, über 120 Seiten, 4 Farben, gebundene Ausgabe, Hardcover und viele Aspekten mehr nicht mehr so ins Gewicht vielen. Was ist knapp über 130,- € im Gegensatz zu dem, was jeden Tag in der Marketinglandschaft passiert? Es reicht gerade mal für eine Tankfüllung eines ordentlichen Autos und für ein angemessenes Sushi-Essen gerade mal für 3 Personen. Bei dem, was man aus dem Buch aber ziehen kann, steht das Geld nach Aussagen vieler in einem sehr positiven Verhältnis.Aber

für mich und einige andere ist ein Traum in Erfüllung gegangen. Ein eigenes Buch. Und das gibt es auch bei Amazon. Es wird sicher nicht das Letzte geblieben sein. Zu viele schöne Bücher leiten sich aus dem großen Content des note Blogs ab. Wir empfinden die große Anerkennung als Verpflichtung, die vielen Gedanken, die genaue Beobachtung, die verständlichen Analogien, die unterhaltsame Schreibe, die wunderschönen Fotos und alles andere weiter voranzutreiben.Wir können nicht anderes. Wir wollen nicht anders. Wir sollen nicht anders. Und wie werden auch nicht anders.

Geschrieben von Christof Hintze in note blog book um 07:00

Mittwoch, 24. Januar 2007

Mit Druck umgehen

"Mit dem Druck muss man umgehen können." Sagen einige. "Den Druck muss man aushalten können." "Der steht ganz schön unter Druck." Viele Formulierungen drehen sich um den Druck. Den Druck, unter dem Menschen stehen. Dem Druck anderer, dem eigenen Erwartungsdruck, dem öffentlichen Druck. Von allen Seiten kann Druck auf einen ausgeübt werden. Dabei soll Druck negativ sein und positiv. Die einen brauchen den Druck. Die anderen können mit Druck gar nicht umgehen. Die einen suchen geradezu den Druck. Die anderen weichen ihm aus wann, wo und wie es nur geht. Der Druck. Was ist das eigentlich genau? Hallo Druck. 5 Kilo Druck. Ist Druck gelb, blau oder braun? Ist Druck rund, oval oder eckig? Hat Druck einen Vornamen? Peter Druck? Nee, der heißt doch Struck. Ist Druck warm oder kalt? Laut oder leise? Mal ehrlich, gibt es jemanden, der jemals persönlich einem Druck begegnet ist? Der ein Meeting hatte und mit am Tisch saß der Druck? Ich glaube ja, Druck ist nur eine Erfindung, eine Einbildung. Druck ist so eine Art unbegründetes Schuldgefühl. Oder unkonkrete Angst. Druck ist nicht da, aber man spürt ihn. Das ist schon seltsam, denn so vieles geschieht mit dem Hinweis auf den berühmten Druck, obwohl es diesen physisch nicht gibt. Und psychisch scheint Druck auch nichts weiter als eine Fatamorgana zu sein. Je näher man dem Druck kommt, desto weiter entfernt er sich von einem. Ein Hirngespinst. Druck ist das, was man zulässt. Obwohl man es auch lassen könnte. Man kann nämlich Druck abauen. Wie Steinkohle? Siehe da, auch beim Abbauen ist vom Druck nichts zu sehen. Der geht, wie er kommt. Unsichtbar.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:01

Ideenfilter & Ideenmischung

Jede Idee muss durch Filter und besteht aus einer optimalen Mischung. Im Laufe eines Lebens verändern sich die Filter und Mischungen. Vor allem, wenn man die Gehaltsleiter Schritt für Schritt nach oben steigt. Immer mehr Leute reden einem rein. Immer mehr Filter verändern das eigentliche Ergebnis. Bis zur Geschmackslosigkeit. Unglaublich, aber wahr, aber das Ergebis ist oftmals der kleinste gemeinsame Nenner. Zu viele Meinungen sind der Idee Farblosigkeit. Die Idee verliert, um so höher man steigt, an allem, was sie mal ausgezeichnet hat. Hinzu kommt die richtige Mischung. Ideen sind am Anfang oft eintönig und gefärbt. Von dem ausgehend, was man kann. Man beherrscht bei weitem noch nicht, alle weiteren Aspekte in einer Idee zu berücksichtigen, die letztendlich ebenso über ihre Wirkung entscheiden. Texter machen Texter-Ideen. Kunden machen Kunden-Ideen. Art Direktorinnen machen Art-Ideen. Erst mit der Zeit gelingt es, alle Disziplinen in einer Idee zu vereinen. Was aber die Idee der jeweilige Disziplin nicht zur vollen Entfaltung kommen lässt. Und hier liegt der Hase im Pfeffer. Die gute Idee hat Bedenken von allen Seiten. Denn dem einen ist sie nicht textlastig genug, dem anderen fehlt die Kundensicht und so weiter. So hat jede Idee ihr Freunde und ihre Feinde. Was nichts mit der Idee an sich zu tun hat. Sondern mit denjenigen, die diese beeinflussen. Wenn es einer wirklich schwer hat, dann die gute Idee. Weil der fehlt es oftmals an allen Ecken und Enden an Ecken und Enden.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Dienstag, 23. Januar 2007

Kollektives Knipsen

(Foto: Peter von Felbert)

Für einen kurzen Augenblick scheint die Welt in Ordnung: Japaner, Amerikaner, Deutsche, Franzosen, Italiener, Engländer, sicher auch Schweizer und Österreicher für eine hundertfünfundzwanzigstel Sekunde vereint. Gleiches Interesse, gleiches Ziel. Den Blick gemeinsam aufs Objekt gerichtet, objektives Interesse trotz subjektiver Sicht. Freundliches Zurückweichen bei Blende fünfkommasechs. Dem Nachbarn den Vortritt lassen. Des Fremden Standpunkt übernehmen. Sogar Männer und Frauen sind gleichgestellt. Sie zeigen die gleiche Haltung zu den Dingen. Nebeneinander, miteinander, leicht gebeugt, federnd in den Knien. Ein recht freundliches Bild.

Geschrieben von in Weite Welt um 17:19

Italienische Momente

(Foto: Peter von Felbert)

Das ist Muße: Wenn du in der Bar sitzt, der Espresso serviert wird, dazu zwei Tütchen mit Zucker und viel gentilezza – also viel Freundlichkeit; wenn ein gutes Buch aufgeschlagen vor dir auf dem kleinen, runden Tisch liegt oder dein Notizbuch; ein Stimmengewirr den Raum erfüllt; wenn du die zwei Tütchen mit Zucker betrachtest und du auf dem einen die Drei Zinnen und auf dem anderen den Schiefen Turm erkennst, und du die absolute Freiheit hast, zwischen Dolomiten-Zucker und Pisa-Zucker zu entscheiden; wenn man mehr nicht und auch nicht weniger von dir will, wenn du mehr nicht brauchst und auch nicht weniger willst.

Geschrieben von in Weite Welt um 16:45

Über die Angst vor dem Fehler

Mein erster CD (Creativ Direktor) hat ganz am Anfang einen Schlüsselsatz zu mir gesagt. Es ist lange her, es war so um 1989. Ohne diesen Satz hätte ich nie den Mut aufgebracht zu schreiben: "Du musst gut schreiben, für richtiges Schreiben gibt es Lektoren." Dieser Satz hat mir mit einem Schlag klar gemacht, dass ich keine Angst haben muss vor Fehlern, denn es leben Menschen davon, dass Menschen wie ich Fehler machen. Die verdienen ihr Geld damit. So dachte ich mir, an mir werden einige sehr, sehr viel Geld verdienen. Dieses Statement hat geradezu glücklich gemacht. Denn würde ich fehlerfrei schreiben, hätten diese netten Menschen keinen Job. Somit sind Fehler, somit auch meine Fehler, Teil des Systems, das mir die Kraft gibt, mich auf das Wesentliche konzentrieren zu dürfen. Im Laufe der Jahre habe ich dann erfahren, was andere so abliefern und was berühmte Schriftsteller ihren glücklichen Lektoren zumuten. Wunderbar. Eine sehr schöne Symbiose. Meine Angst vor dem Fehler war wie verflogen. Und es kommt noch besser. Die meisten Lektoren sind Lektorinnen. Und sie liebten meine Texte, denn an denen konnten sie zeigen, was sie drauf hatten. Die Lektorinnen in der Agentur damals rangelten sich regelrecht um meine Texte. Im Zuge der Zeit treffe ich natürlich immer wieder Menschen, welche die Nase rümpfen, wenn sie meine Fehler sehen. Die Erklärung, dass ich Legastheniker bin, ändert an dem Rümpfen nichts. Macht es eigentlich nur noch schlimmer. Das hat mich immer irritiert. Warum Menschen nicht den Inhalt meines Schreibens wirken lassen und sich problemlos vorstellen können, dass man diesen auch bis auf das letzte Komma richtig schreiben kann. Sondern ganz im Gegenteil, kaum haben sie die ersten paar Worte überflogen, fangen sie an zu korrigieren und können so dem Inhalt unmöglich folgen. Mein Vater sagte mal, dass es im Auge weh tut, wenn man Fehler sieht. Man ist so programmiert auf Richtigkeit, dass viele nicht anders können. Zudem liefere ich natürlich eine wunderbare Angriffsfläche für alle, die sich gerne erhöhen wollen, oder die mich gerne so dominieren wollen. Denn sie geben mir das Gefühl von Lehrer und Schüler. Wenn ich die gesamte Zeit betrachte, kann ich nur sagen: Scheiß drauf. Ich kann die Menschen nicht ändern. Aber ich kann immer weiter schreiben. Ob und wem das gefällt oder nicht. Und wenn es mich nicht gäbe, gäbe es in Deutschland ca. 10.000 weitere arbeitslose Lektoren und Lektorinnen. Deshalb kann ich auf die Angst Fehler zu machen nur entgegnen: Diese ist unbegründet und wird nur zur unkontrollierten Angst, weil Menschen Deine Fehler benutzen, um Dir ein schlechtes

Gewissen zu machen, sich über Dich zu erheben und vor allem eins - von ihren eigenen Fehlern abzulenken, die man bei weitem nicht so einfach korrigieren kann wie einen Kommafehler. Deshalb entziehe Dich, wenn Du kannst, Menschen, die dir fortlaufend nur Deine Fehler aufs Brot schmieren. Es gibt auch die anderen. Und unter deines Gleichen ist das Arbeiten und das Leben gleich viel wunderbarer.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Christof beim schreiben)

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 07:01

Änderungen

Die meisten Änderungen sind sinnlos. Aber als ob ein Hund sein Revier absteckt, so will oftmals jeder, der eine Idee sieht, etwas daran ändern. Damit es so auch zu seiner Idee wird. Aber im Prinzip könnte man sich den Großteil aller Änderungen sparen. Zudem machen die meisten Änderungen die Idee schwächer. Aber das ist dem Änderer egal. Er will sein Zeichen in Deiner Idee hinterlassen. Darum ist es nicht schlecht, eine Änderungssperre einzubauen. Das heißt, Änderungen allen so unangenehm zu machen, wie es nur geht. Die müssen über die Zeit regelrecht Angst haben, etwas ändern zu wollen. Das dauert. Das muss man sich mühsam und leider langsam erkämpfen. Zicke sein allein reicht da bei weitem nicht aus. Da muss man schon bereit sein, weiter zu gehen. Viel weiter. Denn wer nie anfängt, seine Idee zu verteidigen und durchzusetzen, der wird nie herausbekommen, wie diese funktiniert hätte, wenn alle anderen diese nicht versaut hätten. Darum muss man lernen zu unterscheiden, wer deiner Idee dienlich ist und wer nur an den Baum deiner Idee pissen will. Setz den Baum unter Strom und Starkstrom. Es muss weh tun. Und in Zukunft wohlüberlegt, durchdacht und bis ins Detail wasserdicht. Mache den Menschen den entscheidenden Unterschied zwischen einem Einfall und einer Idee klar. Der Einfall muss sich nie beweisen, wie die Bedenken und er muss das Ziel nicht erreichen, denn es war ja nur ein Einfall. Im Gegensatz zur Idee - die muss wirklich wirken. Deshalb muss man diese auch besonders beschützen. Mit Haut und Haaren wenn es sein muss. Wer anfängt, für seine Idee zu kämpfen, der hat angefangen, richtig gut zu werden. Besser als alle anderen, die nur ändern können, was sich andere ausdenken. Woher kommt sonst der Satz: Warum haben die Menschen mit der wenigstens Zeit immer auch die wenigsten Ideen? Ganz einfach, weil sie sich als Änderer und Bedenkenträger in ihrem Leben eingerichtet haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Montag, 22. Januar 2007

Ausdenken lassen

Wenn alles um uns schneller wird, dann auch das Denken. Somit türmt sich vor uns ein neues weiteres Hindernis auf. Wo es früher nur eine schreckliche Angewohnheit war, Menschen nicht ausreden zu lassen, schaffen wir es heute nicht mal mehr, andere ausdenken zu lassen. Wir fallen nicht mehr nur ins Wort, oder ergänzen die unausgesprochenen Sätze anderer. Nein, dasselbe machen wir auch mit Gedanken. Kein Zeit. Das muss alles schneller gehen. So haben Schnelldenker und Schnellredner einen großen Vorteil gegenüber allen anderen. Was aber in der Sache bei weitem kein Vorteil sein muss. Schnell ist nämlich keine Qualität. Sondern der richtige Gedanke braucht genau so lange, wie er benötigt, um richtig gedacht und formuliert zu werden. Mir fällt das in Meetings sehr oft auf. Dass ich bemerke, dass jemand einen nützlichen Gedanken denkt. Das kann ich erkennen. Im Gesichtsausdruck. Aber weil die nötige Geschwindigkeit fehlt und man der Auseinandersetzung ausweichen will, bleibt der Gedanke im Kasten. Das ist schlecht. Eine weitere schlechte Angewohnheit, die sich breit und breiter macht. Deshalb kann ich nur anregen: Lasst Menschen ausreden und ausdenken. Habt ein wenig Geduld. Manchmal ist man von einer genialen Lösung nur einen Geduldsmoment entfernt. Das ist nicht viel. Und es ist es wert, ihn einzuräumen. Die Zeit muss sein.(Foto: Thomas Hintze, Motiv: Émile Zoal, Ort: Israel)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Roadway Management

Das Wissen, die Erfahrung, die Erkenntnis. Alles Wesentliche, was einen Job-Projektablauf betrifft, bleibt zu einem nicht unermesslichen Teil geistiges Eigentum dessen, der es gemacht hat. Somit wiegt der Verlust von Menschen während eines Jobs oder bei erneutem Verlauf schwerwiegender als der einer Festplatte. Das Wissensmanagement möchte diese Lücke schließen. Aber nur wenige tun das. Denn es erfordert eine wichtige Erkenntnis. Die, dass erworbene Fähigkeiten während einer Tätigkeit auch dem gehören, der einen dafür bezahlt, wenn man diese Tätigkeit ausübt. Aber diese Massen von Wissen verbleiben nicht in Unternehmen oder werden anderen nicht zugänglich gemacht. Ein ungeheures Kapital. Man stelle sich mal vor, dass der Streckenverlauf eines Jobs minutiös aufgezeichnet würde. Wieder und wieder. So dass jeder andere diesen Ablauf selbst verfolgen kann. Das ist so, als ob beim New York Marathon jeder selbst nach dem Weg fragen müsste. Es gäbe nicht die berühmte Linie. Die Natur ist uns da weit voraus. Und viele andere Disziplinen auch. In der Werbung mutet es geradezu lächerlich an, dass man bei jedem Werbemittel das Gefühl hat, fast bei Null anzufangen. Obwohl vieles zum x-ten mal gemacht wird. Aber niemand hat die exakte Wegstrecke, wie bei einem Rezept oder einem Marathon, aufgezeichnet. Nicht mal die Mondlandung könnte man aus heutiger Sicht rekonstruieren. Denn ein Großteil ist in den Köpfen derer, die dabei waren. Die digitale Technik macht uns es aber mehr als möglich, diese wichtigen Informationen festzuhalten. So dass alle immer wieder einfach derselben richtigen Wegstrecke folgen können. Jobs würden präsziser, einfacher und schneller verlaufen. Und was das Tollste daran wäre: Als Angentur würde man viel mehr Geld verdienen. Aber es setzt sich nicht durch. Der Mitarbeiter an sich bewertet seine Erfahrung als sein eigenes Eigentum. Und behütet dies wie den heiligen Gral. Was seltsam ist, wenn man sich die ganzen Urheberrechtsdebatten ansieht. Welches Urheberrecht hat denn ein Unternehmer an dem erworbenen Wissen seiner Mitarbeiter im übertragenen Sinne? Eigentlich keins. Somit geht das Wissen immer und immer wieder verloren, sobald ein Mitarbeiter, aus welchen Gründen auch immer, ausscheidet. Teuer. Sehr teuer. (Foto: Peter von Felbert, Motiv: Kletterwand Freeclimber)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 06:59

Freitag, 19. Januar 2007

Timing

Das perfekte Timing ist alles. Und es ist das Ergebnis von zahlreichen Erfahrungen und daraus wertvoll abgeleiteten Erkenntnissen. Jeder Musiker weiß das. Jeder Koch. Alle, die kreative, komplexe Prozesse zu einem qualitativen Ergebnis führen wollen, dürfen und können, wissen: Timing ist alles. Alles muss auf den Punkt kommen. Warum sollte es also für alle kreativen Berufe und Berufungen gelten und für die Werbung nicht? Es gilt auch für die Werbung. Aber kaum einer hält sich daran. Wann kommen Werber ins Büro? Wann trudeln Werber gesetzmäßig zu einem Meeting ein? Wieviele Termine werden von Werbern, die diese selbst gemacht haben, auch gehalten? Ich weiß, wovon ich rede. Werber haben das Timing, also das zentrale Instrument für Qualität, noch nicht für sich entdeckt. Wenn ein Orchester sich so verhalten würde wie Werber, das wäre furchtbar. Die Hälfte wäre gerade mal zum Konzertanfang da. Einige würde nicht rechtzeitig aus der Pause zurück kommen. Einige wären mal wieder beleidigt und würden sich weigern mitzuspielen. Einige würden wieder so laut spielen, dass man nicht mehr wüsste, um welche Komposition es geht. Zudem würden noch während des Konzertes die Eintrittspreise plötzlich steigen. Und in der Regel würde man nicht das spielen, was angekündigt wäre, sondern was die erste Geige gerade glaubt, was besser passt. Das Chaos wäre kaum zu überbieten. Eine Ausnahme? Ein Zufall? Kaum! Man stelle sich mal vor, ein Rudel Werber würde in einem Restaurant arbeiten. Wahnsinn! Der Kellner würde ständig noch nachfragen: Entschuldigung, was haben sie bestellt? Die Karte würde ständig verändert. Das Küchenpersonal würde erst die Beilagen rausbringen und einige Zeit später erst das Fleisch. Und so weiter. Der Werber schießt sich vor allem ins eigene Knie, weil er das Timing ignoriert als das zentrale Wesen von Qualität. Andere wissen das. Sehr gut sogar.
(Foto:Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Die Wickie-Strategie

Wickie, Halvar, Tjure, Snorre, Urobe, Gorm, Ulme und Faxe bilden den harten Kern meiner Zielorientiertenumkehrstrategie. Ein Vertreter dieser Strategie ist ohne sein Wissen Wickie. Er beweist unzählige Male, dass ein Lösungsweg nicht am besten darin besteht, jedes kommende Problem zu beseitigen. Sondern dass es von großem Vorteil ist, sich eine Idee einfallen zu lassen, bei der das gesamte Problem in seinem vollen Umfang der Vergangenheit angehört. Und keine Probleme wie Trittbrettfahrer im Rucksack der Lösung mit sich bringt. Ein Großteil, auch der Vater von Wickie, geht den gewöhnlichen Weg, sich jedem Problem neu zu stellen, anstatt weit hinter das Problem zu schauen. Das können und wollen auch nur wenige. Wie in der Kinderserie zu sehen, ist das auch eine Frage der Fähigkeit und Bereitschaft, so umfassend, komplex und vor allem schnell nachdenken, ausdenken und umsetzen zu können. Wer will das schon? Somit bleibt es wenigen vorbehalten, sich die Lösung am Ende des Problems in allen seinen Parametern der Beschaffenheit vorstellen zu können. Nicht nur das, sie berücksichtigen dabei zugleich auch alle möglichen neu auftretenden Probleme und beseitigen diese gleich mit. Obwohl diese noch gar nicht aufgetreten sind und auch nicht werden. Diese Art zu denken bezeichne ich gerne als Rückwärtsdenken. Man stellt sich die perfekte Lösung vor und geht von dieser zurück. Das ist so, als ob man an einem roten Faden wieder den Weg aus einer Höhle zurück findet. Bei dieser Art zu denken fixiert man alle Eckpunkte und/oder Meilensteine, so dass der Weg für alle klar und eindeutig ist. Man denkt bis ins Jetzt. Und genau von diesem Punkt geht es dann los.Diese Art hatte der Namensgeber meiner Wickie-Strategie drauf. Er hat immer in kompletten Lösungen gedacht. Die zu Anfang immer keiner gänzlich verstanden hat. Aber das Vertrauen in Wickie war enorm groß. Der hat die Jungs und Männer unzählige Male aus jedem deep shit geholt. Der immer auswegsloser erschien, als die vor allem wieder mal völlig auswegslose Situation. Somit dacht er genau darüber nach, wie er weit hinter das Problem kam. Wieder bis nach Flake zu seiner Mutter, seiner Freundin und allem anderen, was ihm lieb und teuer war. Und genau auf diesem Weg sind ihm alle gefolgt, immer und immer wieder bis nach Hause. Cool. Perfekt. Eben die Wickie-Strategie. Rückwärtsorientiertes Lösungsdenken. Oder wie man es auch nennen will und soll.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 06:59

Donnerstag, 18. Januar 2007

Generationskonflikt

Ich möchte nicht über Menschen reden. Sondern über Produkte (im Folgenden "P" genannt) und Dienstleistungen (im Folgenden "D" genannt). Früher gab es 3 Generationen von P&Ds. Die alte, die noch schnell weg musste. Die aktuelle, die gerade im Regal gelandet ist. Und die neue, die schon im Anflug war. Dieses Gerangel um einen Platz in der Konsumwelt hatte 2 bis 3 Höhepunkte im Jahr. Dabei war die Anzahl der Anbieter und deren Produkte noch gerade zu überblicken. Heute hat sich dieses P&D Gerangel zu einem fetten P&D Generationskonflikt entwickelt. Und zwar in einem Ausmaß, von dem der Konsument zum Glück nichts mitbekommt. Aber das Reinstopfen und Rauspumpen in den und aus dem Markt bedarf immer gewaltigerer Instrumente. Der Konsument verpasst in der Regel bis zum Wiederkauf nicht 2 oder 3 Generationen einer P&D Gattung, nein, bis zu 30 oder 50. Sein letztes Produkt kommt im Prinzip aus der Steinzeit. Es löst nur Lachanfälle am POS (Point of Sales) aus. Man stelle sich mal ungefähr folgendes Bild vor: Da führen 50 Hersteller von Digitalkameras je 20 Produkte in den Markt ein. Die es jeweils in 5 Varianten gibt. Und das alle 3 Monate. Das sind alle 3 Monate 5.000 neue Digicams. Wenn man sich alle 3 Jahre eine neue kaufen muss, hat man 60.000 Produke verpasst. Die wiederum in ihrer Entwicklung gigantische Entwicklungssprünge gemacht haben. Wahnsinn. Längst habe ich das Gefühl, dass sich niemand mehr am Konsumenten orientiert, sondern dass die Hersteller ihre eigene Schlacht ausfechten. Und das Schlachtfeld ist der Handel. Das unglaublich Perverse daran ist, dass hinter jedem der P&Ds eine komplette Marketingstrategie steckt. Und ich muss sagen, ich bekomme keine mehr mit. Ich habe so gut wie keine Ahnung, wie die Produkte heißen. Wie heißen Peugeots jetzt am Ende? 6, 7, 8 oder schon 9? Gibt es den Ford Sierra noch oder den Capri? Heißen Sony Fernseher noch Trinitron? Dieser Generationenkonflikt und die begleitende Medienflut schmälert, was heißt schmälert, vernichtet die Möglichkeit, dass nur eines dieser P&Ds das Licht der Konsumwelt so erblickt, dass es eine realistische Chance hat. Jedes Kind würde jetzt denken, die Hersteller dieser P&Ds sagen sich: Scheiße, dann machen wir weniger und das besser und teurer. Nein, das Gegenteil ist der Fall. Wie ich als Kind beim Monopoly den Kreditrahmen einfach ins Unendliche erhöht habe, so schippen die tonnenweise mehr und schneller Generationen über den Handel aus. Machen doch alle so. Alle? Nein, außer den wenigen, die überdurchschnittlich erfolgreich sind. Aber das ist sicher reiner Zufall.(Foto: Peter von Felbert; Motiv: Braun Tonbandmaschine)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Die Selbstverständlichkeitsfalle

Die meisten Beziehungen scheitern unter anderem daran, dass man in die Selbstverständlichkeitsfalle getappt ist. Das ergeht Menschen wie Marken ebenso. Es kommt immer der Zeitpunkt, an dem man denkt, dass man einen guten Stück des Weges schon hinter sich hat. Alles Zurückliegende ist somit in der Schublade "Selbstverständlichkeit" abgelegt. Warum soll man einem Freund ständig die Freundschaft beteuern? Seiner Frau fortwährend die Liebe? Und seinem Kunden die Aufmerksamkeit? Wenn man doch sicher davon ausgeht, dass das Objekt der Begierde das als selbstverständlich verbucht hat. Einmal ausgesprochen bedarf es doch keiner Wiederholung. Fehler! Großer, teurer, schmerzhafter und dummer Fehler. Denn wer in diese Selbstverständlichkeitsfalle tritt, beschreitet den Anfang vom Ende. Denn genau hier, exakt an dieser Stelle, ist Wiederholung, Bestätigung, Respekt und Anerkennung das wichtigste Instrument, um das hohe Niveau, das man gemeinsam einmal erreicht hat, überhaupt aufrecht zu halten. Wer das Niveau halten oder sogar steigern will, der muss sich der Kunst der Überraschung widmen. Dasselbe immer wieder überraschend auf eine andere Weise zum überzeugenden Ausdruck bringen. Und dabei meine ich nicht diesen Erika-Berger-Blödsinn, nur die gegenseitigen Reize fortwährend anzuheizen. Sondern mein Ansatz basiert auf dem rein Geistigen. Niemand wechselt seinen besten Freund, weil der andere einen schnelleren Prozessor hat. Niemand verläßt seine/n Partner/rin, nur weil er/sie Lachfalten bekommt. Und niemand wechselt eine Marke, weil eine anderer billiger ist. Niemand. Aber die meisten verführen oder lassen sich von allem verführen, was da kommt. Der Neukunde ist immer noch wichtiger, reizvoller und geiler als der Bestandskunde. Den hat man ja schon. Somit rennt eine ganze Gesellschaft unaufhörlich durch dieselbe Drehtür, in der vorne Neukunden reinströmen und hinter Bestandskunden sich verabschieden. Und was fällt der Wirtschaft dazu ein? Sie vergrößert die Drehtüren und die Drehgeschwindigkeit, damit noch schneller noch mehr Neukunden vorne rein kommen. Mit dem Ergebnis, dass hinten noch mehr noch schneller die Bestandskunden sich verflüchtigen können. Schön. Schön blöd.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Kratzbürsten)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Mittwoch, 17. Januar 2007

Flexibilität

Wer hat sich denn diesen Blödsinn einfallen lassen, dass Menschen flexibel sein sollen? Heute so und morgen so. Machen Sie sich mal locker, seien Sie flexibel. Ja spinnen die denn alle? Ich kann doch nicht jeden Tag Kinder in andere Kindergärten verfrachten oder auf neue Schulen. Noch eine neue Sprache hier. Und eine neue Position dort. Rein in die Schuhe, raus aus den Schuhen. Die können mir erzählen, was die wollen. Das liegt nicht in der Natur der Sache. Womit ich in diesem Fall mal den Menschen meine. Das Business kann auf Sicht ja nur von Leuten gewuppt werden, die aus welchen Gründen auch immer keine Familienplanung haben, aber von Familien keinen Plan. Diese ständigen Wechselbäder der Gefühle hält doch keiner aus. Da sitzen doch nur noch Manager mit Alpträumen herum. Wie erkläre ich das meiner Familie? Die sind mit ihren Gedanken doch ständig woanderes. Aber nicht bei der Sache. So gefühl- und herzlos können viele, aber nicht alle sein. Mein Mitgefühl haben diese Menschen, denen man alle paar Tage wieder die Wurzeln abschneidet. Wie sollen so wichtige Verbindungen entstehen? Wie sollen so Familien sich entwicklen können? Wie soll so Vertrauen und Zutrauen entstehen? Das alles für diese Flexibilität. Also, wenn ihr mich fragt, das ist ausgemachter Blödsinn. Menschen sind nicht flexibel, wenn es um ihre Gefühle geht. Sollen sie auch nicht sein. Gibt es eine zweite Version von Liebe, eine zweite Variante von Familie, eine andere Art von etwas wie (halb)wahre Freundschaft? Da wäre mir was entgangen. Die fehlende Verbindung dieser Menschen zu den wesentlichen Wesensmerkmalen drückt sich in dem aus, was man von außen gerade bedenklich bestaunen kann und muss. Das sind Menschen mit einer offensichtlichen Flexibilitätserkrankung. (Foto: Peter von Felbert, Motiv: Nachschlag)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

Fetzen

Alles fliegt in Fetzen. Es bleibt keine Zeit, sich 10 Gänge zu geben. Das muss alles auf einmal gehen. Vor Jahren dachte ich schon, ob man das machen kann, was die damaligen 3 Tenöre taten. Die Filetstückchen aus der Opernbrust reißen und zu einem unterhaltsamen Potpurrie zusammenstellen. Geht das? Natürlich geht das, aber macht man das? Hat denn niemand mehr Zeit, sich gesamte Werke zu verinnerlichen? Liest man irgendwann keine Bücher mehr, sondern nur noch die Zusammenfassungen? Das Zerfetzen in kleine Häppchen, die gerade mal so in überfüllte Tage passen, erstreckt sich über alle Disziplinen der Kultur. Das Große und Ganze kennt kaum noch jemand. Interessiert auch niemanden mehr so richtig. Es reicht, das Wesentliche zu kennen. Sogar beim Essen ist es längst so weit. Das Wichtigste löst man sich morgens in Wasser auf. Und alles andere wird hastig in munderechten Häppchen gereicht. Fingerfood nennt man das. Der Fernsehzapper schaut schon lange keine Filme mehr. Sondern kreiert aus allen Programmen sein eigenes Programm. Die Kolumnen in den Zeitungen werden meist zuerst gelesen. Kurz, knapp und unterhaltsam oder nachdenklich. Das reicht. Die Krönung der Kulturfetzen-Entwicklung ist - wie soll es auch anders sein - das Internet. Und es geht weiter. Das Sampeln der Extrakte, der Konzentrate geht munter weiter. Das Best of der Best of. Was bleibt am Ende zum Beispiel von den Blauen Reitern? Anonyme Alkoholiker, die auf Pferde umsatteln mussten, weil sie den Lappen verloren haben? Porgy und Bess, sucht man die verzweifelt in der englischen Football Premier League? Hamlet, was für ein Häppchen rezitieren wohl die 3 Actors, wenn sie 2 Stunden die besten Passagen aus der Theaterwelt komprimiert zum Besten geben? Wer will schon Bruno Ganz 6 Stunden als Hamlet sehen? Das hält doch keiner mehr aus. Wieviel Mails verpasse ich in 6 Stunden, wieviel SMS und Anrufe und Kommentare? Kein Mensch kann sich mehr 6 Stunden aus dem Rennen der Erreichbarkeit nehmen. Deshalb geht das Zerkleinern, Zerfetzen munter weiter. Mund- und vor allem kopfgerecht. Mehr geht nun mal nicht mehr rein.(Foto: Peter von Felbert; Motiv: mörderischer Sommer)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

7:0 - Das könnte ein Zeichen sein

7:0. Im Mai 2006 sind wir gestartet mit dem note blog. Sieben Monate folgten bis jetzt. Und alle waren immer von mehr Besuchern gekrönt, als die Vormonate. Bis heute. So kann und wird es natürlich nicht weiter gehen. Obwohl?! Aber man könnte es auch als positives Zeichen sehen. Oder verstanden wissen. Wenn man will. Ich will. Ohne Linkschleudern, ohne Blog-Rolls, ohne Abmahnung und die ganzen anderen legalen und illegalen Versuchungen, egal wie, Hauptsache Traffik für einen selbst zu gewinnen. Wir haben bis heute den Versuchungen der Quantität widerstanden. Mit dem Blick auf eine Qualität. Die eventuell nur wir so sehen. Aber einer muss ja ein Auge drauf haben. Und die Serie ist noch lupenrein. Die Serie steht: 7:0. Und im Monat 8 scheinen wir die "0" locker zu halten.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Strafraumbeherrschung)

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 07:00

Dienstag, 16. Januar 2007

Das Replay-Prinzip

Nichts passiert im Prinzip zum ersten Mal. Alles ist schon mal passiert. In einer anderen Branche. Zu einer anderen Zeit. In einem anderen Markt. Bei einem anderen Produkt. Und so weiter. Deshalb lohnt sich immer ein Blick im übertragenen Sinne auf Branchen, die schon länger im Rennen sind. Von denen kann man sehr viel lernen. Vor allem, wie es nicht geht. Denn ältere Branchen haben alle Fehler schon mal gemacht, wenn es diese heute noch gibt. Ich habe mehrere Produktrevolutionen begleitet und es war immer dasselbe. Ich habe mich zum Beispiel häufig an der Automobilindustrie orientiert. Denn die gibt es schon lange. Und hat deshalb schon viel, viel mehr erlebt. Die Erfahrungen habe ich dann auf die Unterhaltungselektronik übertragen. Das hat immer sehr gut funktioniert. Alles wiederholt sich. Alles war schon mal da. Danach kam die Mobilfunkwelle und siehe da, auch hier konnte man die Entwicklungen 1:1 übertragen und so geht es weiter und weiter. Witzig ist nur, dass man das besser nicht offen sagt. Denn jede neue Branche geht natürlich für sich selbst davon aus, dass diesmal alles anders ist. Ganz anders. Schon klar. Ich lasse diese Menschen in ihrem Glauben und schau einfach noch mal nach, wie es weiter geht. Es beruhigt mich, wie einfach man seiner Zeit voraus sein kann, in dem man einfach nur zurückblickt. Oder wie ich in einem Gedicht zu meiner Schulzeit mal niederschrieb: "Wer die Zukunft verändern will, der muss sich gut erinnern können." (Verdammt lang her.)
(Foto: Peter von Felbert; Motiv: 60er Jahre Style)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Ich würde so unheimlich gerne wissen, wie es ausgeht

Das Schöne und Schreckliche an Visionen, Ausblicken und Vorhersagen: Das Ergebnis erlebt man selbst so gut wie nie. Das macht mich ganz wahnsinnig. Denn der Ausgang so einiger Zukunftsperspektiven würde mich brennend interessieren. Nicht nur die düsteren, sondern auch die hoffungsvollen. Aber ich werde es nicht erleben. Und es gibt keinen Weg, das zu ändern. Keine Mail ins Jenseits. Nichts. Denn ich ahne, dass ein Großteil der ganzen Vorhersagen ganz anders ausgeht, als sich das alle vorstellen. Das wäre nicht neu. Die Zukunft vorherzusagen ist in der Regel immer schief gegangen. Deshalb würde mich es so unheimlich und riesig freuen, wenn alles mal wieder so ganz anders läuft als alle einem weiß machen wollen. Aber das ist das Schöne und zugleich Schreckliche daran. Die einen werden für ihre Theorien nicht mehr zur Rechenschaft gezogen und die anderen müssen es mal wieder ausbaden. So lief und so läuft es immer. Wie geht das aus mit den Religionen, mit dem Aussterben der Deutschen, mit der Umwelt, mit dem Hass, mit der Dritten Welt? Wann ist der Tag da, an dem das Öl aus ist, wirklich aus? Diese Menge von Fehleinschätzungen, die in allen erdenklichen Aspekten widerlegt und übertroffen wird. Weil es uns nämlich gänzlich an Vorstellungskraft fehlt. Uns fehlt die Vorstellungskraft für alles Wesentliche. Es gibt keine Rechenschaft in der Zukunft für das, was man in der Gegenwart für einen Blödsinn geredet hat. Oder wie dumm man gehandelt hat. Somit tut sich der Verdacht auf, dass die meisten Theorien in ihren Auswirkungen so weit in die Zukunft terminiert werden, dass man selbst nichts mehr davon abbekommt. Eigentlich kann man behaupten was man will. Es ist wirklich egal. Man darf das Ende nur nicht erleben. Das Ergebnis. Das könnte übel ausgehen. Und wir profitieren nun mal leider nicht alle von dem genialen Umstand, der zum Beispiel Politiker begleitet. Die retten die Wahlen, die sie nicht gewinnnen. Oder die Bilanzen in AGs. Da gehts mit einem Handgeld, das man unmöglich mit den eigenen Händen tragen, geschweige denn bewegen kann, an die frische Luft. Der normale Mensch wird für alle seine tollen Pläne und Vorhersagen jeden Morgen in den Hintern getreten. Eigentlich sind wir alle eine Art schlecht bezahlte Fußballtrainer. Die man immer, wie bitter, beim Wort nimmt. Oder am zählbaren Ergebnis misst. Oder noch schlimmer, deren eigene Ziele von den immer schlechten Launen anderer abhängig sind. Ach, wie gerne würde ich Mäuschen spielen und für einen Tag alle 250 Jahre noch mal zurückkommen dürfen. Um mir ein Bild machen zu können, wie es um die alten Theorien bestellt ist und welche neuen im Umlauf sind.(Foto: Peter vn Felbert, Motiv: Tankstelle)

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Montag, 15. Januar 2007

Vorschau: Wie man aus dem alten Fritz einen großartigen Berger macht

Seit fast einem halben Jahr dürfen wir uns um den Camping-Versender Fritz Berger kümmern. Und Ende Februar kommt unser erster Katalog raus: Der große Berger. Den ersten kleinen Berger haben wir schon erfolgreich ins Rennen geschickt. Und nun können wir es kaum erwarten. Die wenigsten von euch kennen den alten Fritz (Berger), deshalb könnt ihr natürlich auch nicht wissen, wie sehr wir das Ruder herum gerissen haben. Wir haben alles neu und anders gemacht, nur ein Teil der Produkte ist geblieben. Aber ohne einen Kunden, der mit macht, wären wir keinen Meter weit gekommen. Deshalb gilt von Seiten der note besonderer Dank der Marketingverantwortlichen, Frau Silke Eiber, und dem Geschäftsführer, Herrn Bernd Schell. Peter von Felbert hat fotografiert, wer sonst. Und neben dem Konzept sind die Texte natürlich von mir. Wäre ja auch komisch, wenn es anders wäre. Die ganze Zeit die Ruhe bewahrt und das Ding durchgezogen, haben von Beratungsseite Torsten Matthes und in der Kreation Regina Kremer und Jenny Louis. Jetzt bleibt nur zu hoffen, dass Schöner, Besser und Natürlicher auch bei allen ankommt, die einfach raus müssen. Dazu später mehr. Aber bis hier sind wir sehr, sehr zufrieden.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:40

Die Säure in meinem Körper

Da ist diese Säure in meinem Körper. So lange diese basisch ist, so eine Art PH-neutral, komme ich ganz gut mit mir klar. Und ich denke und hoffe, meine Umwelt auch. Wenn diese aber alles andere als neutral ist, dann wird es unangenehm mit mir. Mir mit mir selbst und unvermeidlich auch meiner Umwelt mit mir. Dann frisst sich diese Säure durch alles, was mir lieb und teuer ist. Dann ist meine Geduld kein Faden mehr, sondern nur noch ein sehr, sehr kurzes und ebenso sehr, sehr dünnes Fädchen. Diese Säure bringt es leider mit sich, dass sie einiges in Mitleidenschaft zieht. Auch Dinge, die mir nah sind, sehr nah. Die zerstörerische Kraft dieser zähen Säure, die sich wie ein Lavastrom durch meinen Körper und mein Bewusstsein wälzt, ist enorm. Sie macht keinen Halt vor nichts. Aus Mücken werden Elefanten. Reihenweise. Alles ergibt keinen Sinn mehr. Alles verliert seinen angestammten Wert. Plötzlich ist alles, was gut war, im nächsten Moment nicht mehr gut genug. Und dann unausstehlich. Vor allem, wenn ich zur ungewollten Ruhe komme, dann setzt sich die Säure in Bewegung. Erst tropft sie auf meine Zuversicht und mein Selbstbewusstsein. Aber dann fließt ein kleines Rinnsal voller Zweifel und Ungereimtheiten durch mich durch. Es ist wie Sodbrennen. Nein, es ist schlimmer. Es ist außer Kontrolle. Somit habe ich immer ein Unwohlgefühl, wenn ich ungewollt zur Ruhe kommen soll. Ebenfalls ein Auslöser sind programmierte Gefühle, die abgerufen werden sollen. Dann ergießt sich explosionsartig die Säure über meine Gefühlswelt. Der ich dann natürlich entfliehen muss. Will. Aber nicht kann. Weil ich eingebunden bin in Verantwortungen. Da kann man sich nicht einfach so gehen lassen. Obwohl jeder merken muss, wie ich leide unter diesem negativen Einfluss. Da hilft dann nur noch fliehen, sonst zerstört diese Säure einfach alles. Was sie kann und schon bewiesen und getan hat. Somit bin ich versucht, vorsichtig zu sein. Aber der Umgang mit dieser ätzenden, emotionalen Säure ist sehr schwer. Am Anfang brennt es. Und auch noch nach einer Weile genügt noch immer ein Tropfen, um das Fass zum Überlaufen zu bringen. Leid tut es mir immer um meine Umwelt, die das ertragen muss. Oder nicht mehr ertragen will. Denn das bin nicht wirklich ich, das ist diese Säure in mir. Die frisst sich in und durch meine Seele. Ich sollte das nicht mehr zulassen. Denn wieviel Dinge, die mir nah sind und zugleich lieb und teuer, sind es noch Wert, dass ich sie verliere? Oder dass diese auf eine unerträgliche Distanz zu mir gehen? Ich kann doch nicht immer wieder von vorne anfangen. Immer wieder in der Hoffnung, dass die Säure nun nicht mehr in meinen Adern fließt. Bis mich die Erkenntnis erreicht, dass es wieder nur bis zum nächsten Mal war. Damit muss Schluss sein. Ich sollte nicht weiter versuchen, alle Quellen, die mir als Auslöser bekannt sind, abzustellen, oder diesen auszuweichen. Sondern diesen zu begegnen. Vor allem der Einsamkeit mit mir selbst. Der Erwartungshaltung an mich. Und dem unnötigen Druck, den ich mir aus unerklärlichen Gründen auferlege. Ich muss und ich werde gelassener werden. Denn das würde mich enorm voran bringen. Vor allem als Mensch. Aber dafür gibt es eine Menge Geschichten, denen ich mich aussetzen und denen ich begegnen muss. Denen ich mich stellen muss. Vor allem Geschichten aus der Vergangenheit. Aber nicht weniger aus der Gegenwart. Damit die Zukunft vor allem ohne eins wird, ohne diese Säure in meinem Körper. Das wäre wunderbar.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Fluss-Prinzip

Das Schöne am menschlichen Fehlverhalten ist, dass man sich schon vorher ansehen kann, wie es nachher ausgehen

wird. Denn alle Fehler sind oft schon älter und schon mal gemacht worden, nur an anderen Stellen als an denen, wo man gerade selbst ist. Dafür bedarf es nur der äußerst seltenen Fähigkeit der interdisziplinären, assoziativen, transzendentalen Wahrnehmung. Nehmen wir uns das Beispiel der Flüsse in der zivilisierten Welt. Der Mensch hat mal kurzer Hand das biologische Gleichgewicht mehr als durcheinander gebracht, in dem er die Fließgeschwindigkeit erhöht hat. Flussbetten begradigt. Auslaufzonen und Überlaufbecken gebaut. Dämme gebaut. Er hat Flüsse verschmutzt und sich deren ganze Naturlichkeit untertan machen wollen. Mit dem beeindruckenden Ergebnis, dass kein Leben mehr in den Flüssen war. Dass regelmäßig Hochwasser die Anwohner wegspülte. Mit den Flüssen flossen zunehmend tot bringende Katastrophen durchs Land. Der ehemalige Lebensspender hat sich durch den Eingriff des Menschen ins Gegenteil verkehrt. Nicht, dass der Mensch daraus gelernt hätte. Nein, er bekommt einfach zu oft nasse Füße und neuerdings steht das Wasser zu vielen bis zum Hals. Somit wird nun die 180 Grad Kehrtwende eingeläutet. Alles soll wieder wie früher werden. Fisches, sauberes Wasser, eine gesunde, klare, eine sprudelnde, fließende und frische Lebensader durch unser Dasein. Die wir gleichzeitig als Transportweg benutzen. Der Mensch muss also notgedrungen schwer zurück rudern. Diese Analogie läßt sich 1:1 auf viele Entwicklungen übertragen. Die Fließgeschwindigkeit ist gleichzusetzen mit unserer Entwicklungsgeschwindigkeit. Wir erhöhen an allen Ecken und Enden die Geschwindigkeiten und somit auch die Massen, die transportiert werden. Die Fluten dieser Konsumgesellschaft haben längst Opfer gekostet. Das Begradigen der Flussbetten ist das Mainstreamen des Angebots. Alles muss konsumfreundlicher werden. Alles muss schneller zu konsumieren sein. Immer mehr fließt immer schneller an uns vorüber. Die Hochwasser der Konsumgesellschaft spülen dann Tausende von Arbeitslose in die Arbeitsämter. Ganze Konzerne werden aus dem Land gespült. Immer mehr tote Geschäftsmodelle treiben mit den Konsumflüssen und so weiter und so weiter. Somit kann sich jeder ansehen, wie es weiter geht. Und es gibt Anlass zur Hoffnung. Denn im Rhein schwimmen schon wieder Fische. Wenige, aber es werden mehr. Und viele Flüsse werden aufwendig wieder zurück in ihren natürlichen Verlauf entlassen. An vielen Stellen hat der Mensch angefangen, zu verstehen, dass man Naturgesetze nicht auf den Kopf stellen sollte. Aber noch mal: nicht weil wir schlauer sind. Sondern nur, weil wir nasse Füße bekommen. Deshalb stellt sich immer die Frage: Was sind die nassen Füße im übertragenen Sinne? Gibt es keine nasse Füße, gibt es keine Veränderung im Bewusstsein.(Foto: Peter von Felbert, Motiv: Alpen)

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:00

Sonntag, 14. Januar 2007

Vorfreude zum selber basteln: iSatisfaction

Unerträglich die Zeit bis September. Für alle, die es jetzt schon nicht mehr aushalten können. Hier gibt es eine schöne Übergangslösung zum Überbrücken. (Ist natürlich auch die richtige Version mit 8 Gig.) Ob es ab September Überzieher oder Boxen gibt? Die den Rest der Handywelt wenigstens so aussehen lassen als ob? Schon bitter für alle, die dann immer heimlich telefonieren und das Handy immer gut verstecken müssen. Da wäre es doch eine Marktlücke, diesen armen Menschen wenigstens so eine Umverpackung zu reichen. Die gibt es dann bestimmt auf Krankenschein.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 11:26

delikatessen

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 10:25

Freitag, 12. Januar 2007

blaues land

Geschrieben von Peter von Felbert um 23:32

muenchner symphoniker

Geschrieben von Peter von Felbert um 07:21

Donnerstag, 11. Januar 2007

Aus nächster Ferne

Die Mole, ohne Sonne und ohne Touristen, hat dem Abend und der Ruhe Platz gemacht, den Feuerwerkern, den Anglern, den Äteren, dem Aussichtsuchenden; der Patrona della cittá, der mamorweißen, die meerwärts blickt. Ein anderer, der meerwärts blickt, zählt die vor der Mole ankernden Segler, spürt den sonnengewärmten Stein unter den Füßen, sieht den Sohn, der unterhalb auf den Felsen sitzend die Füße ins Wasser hält, und hier schon seinen Lieblingsplatz gefunden hat. Italien, befindet er am Nachmittag, sieht gar nicht aus wie Italien. Er sagt: Havanna, wegen der Palmen; und auch die Häuser sähen so aus.

Ein Stück weit im Städtchen gibt es einen Verleih für Motorroller, wo die Signora die verbliebenen Roller aber allesamt für fahruntüchtig erklärt, jedoch Abhilfe verspricht: domani matina, vielleicht; domani sera, bestimmt; und dann Montag, Dienstag, Mittwoch, die ganze Woche – no problemo. Ein Motorroller für zwei, ja sicher, kein Problem.

Heute ist Samstag und das Linienschiff an der Mole kündigt die letzte Fahrt nach Portofino an; letzte Fahrt: ultimo viaggio a Portofino; oggi ventiquattro ora. Bis dahin ist noch Zeit; Bummelzeit, Essenszeit, Trinkenszeit, Ruhezeit.

Dem Sohn gefällt Italien. So viele Motorroller! Viel mehr, als in Holland. (Wieso Holland?) Sie befahren die Hauptstraße um den Lido herum. Laut, frech, schnell. Sie stehen vor Ampeln, vor der Bar, der Tabbacheria, stehen auf Plätzen, am Straßenrand, im Halteverbot, im Mittelpunkt. Aprilla, Vespa, Gilera – Que bella musica! Italien ist irgendwie verrückt, meint der Sohn. Wenn man es verrückt findet, denkt er, hat man es schon ein bisschen verstanden.

Die Vorbereitungen für das nächtliche Feuerwerk sind abgeschlossen. Die beiden Carabinieri besprechen sich mit den Feuerwerkern. Die Mole wird abgesperrt. Das Volk muss den Ort verlassen, wird freundlich zum Gehen gebeten. Auch, wenn er die einzelnen Worte nicht versteht, kann es kein Missverständnis geben; eindeutiges Mienenspiel, ausdrucksvolle Gestik; der Blick ist stadtwärts gerichtet.

Die Polizia Communale versucht dem Verkehr Herr zu werden. Sie dirigieren, wie große Komponisten, die Roller, die Motorräder, die PKW, die Busse; das ganze Blechorchester der Umgebung. Sie kommen von allen Seiten, wie Eisenspäne von einem riesenhaften Magneten angezogen.

Der Sohn spielt Gameboy, wovon er nichts versteht. Dass er fast nie liest, bedauert er. Er liest ihm darum manchmal vor. Kürzlich erst Hemingway Der alte Mann und das Meer. Der Sohn hat Fragen dazu: Was ist das für ein Meer, in dem der Alte fischt? Warum hat er den Jungen nicht mitgenommen? Er gibt bereitwillig Erklärungen ab. Er hofft, dass so das Interesse am Lesen anfängt. Noch in Deutschland hat er ihm ein Buch gekauft. Kurze Texte, vor allem aber Fotografien; Angriff der Klonkrieger, Droiden, Genosianische Aristokraten, Jedi im Kampf u.s.w. Die Jedi sind die Guten. Nur soviel versteht er davon.
Hier liest er ihm einige Kapitel aus seiner aktuellen Lektüre vor. Das Buch hat spannende Stellen. Ein Buch, in dem es um Bücher geht. Bücher, die nicht gelesen werden dürfen. Die man verboten hat. Balsac und die kleine chinesische Schneiderin. Sie haben beide Gefallen an dem Buch. Der Sohn als Zuhörer, er als Vorleser. Es ist eine Sache, nur zwischen den beiden.

Der Sohn findet die Reise gelungen. Bisher hätten sie noch nichts gemacht. Nur essen, rumlaufen, faulsein. Sie können es gemeinsam genießen. Darin sind sie sich ähnlich.

Seit ihrer Abreise hat der Sohn vorzugsweise von Motorrollern geredet. Er will ihm den Wunsch gerne erfüllen. Am dritten Tag mieten sie einen, Marke Peugeot, dunkelblau, verdammt schnell. Vorher suchen sie passende Helme aus. Der Sohn hätte lieber den roten Roller da gehabt. Die Signora probiert die Zündung des Roten, um nach der Tanknadel

zu sehen. Dieser Helm ist dem Sohn aber zu klein! Più grande? fragt die Signora mit Blick wieder zum Tank. Der ist leider fast leer. Schade, der Rote hätte ihm gefallen. Das wiederum gefällt der Signora. Sie findet den Jungen jetzt molto simpatico. Der zweite Helm passt. Jetzt ist er selber dran. Ihm passt auf Anhieb der erste Helm. Wie lange sie unterwegs sein wollen, will die Signora wissen. Er sagt: Den Personalausweis habe er im Hotel vergessen. Sie sagt: Der Führerschein reicht. Gegen drei wollen sie wieder zurück sein, erklärt er, und fragt, ob der Roller ein Automatikgetriebe hat. Alles automatisch, gibt sie zu verstehen. Beim Starten ist der linke Bremsgriff zu ziehen. Sie sitzen jetzt drauf. Der gelbe Knopf startet den Motor. Und Achtung: nicht zuviel Gas! Gerade beim Anfahren… Aber auch nicht zu wenig! Avanti! Er hört sie noch rufen. Und alles auf Italienisch.

Das Continental ist die kleinere Schwester des Imperial. Es hat weniger Sterne, weniger Stil, aber liegt näher zum Meer. Es gibt kaum ein Hotel hier herum, das einen schöneren Park vorzuweisen hat. Man geht auf feinem Kies und sitzt auf Teakholzbänken unter Palmen, Pinien und Akazien. Ein grüner Balkon mit Blick aufs Meer. Dem Sohn gefällt die Aussicht. Auf den Felsen zu Füßen des Balkons stehen die Sonnenliegen. Von hier oben: blaue Akkuratesse. Ordnungsliebe, die fast übertrieben wirkt. Er denkt: Gleiche Sicht für alle; dem Meer und der wärmenden Sonne entgegen.

Warum er immerzu schriebe, will der Sohn von ihm wissen. Er schriebe, weil er nur so besser würde. Er wolle besser schreiben und schriebe deshalb viel. (Dabei schreibt er etwas in sein Notizbuch) Wie viele dieser kleinen Bücher es schon gäbe? Er weiß es selber nicht mehr so genau. Sie blättern gemeinsam zum Anfang des Büchleins zurück. Es ist das Siebte. Vorne hat er einen Stempel reingemacht. Name, Adresse, Telefon. (Angaben bei Verlust für den Finder) Darüber in Handschrift die Zahl 7. Jedes dieser kleinen Bücher hat etwa zweihundert Seiten. Format DIN A6; also Postkartengröße; die Seiten liniert. Meistenfalls mit Bleistift beschrieben.

Er sagt noch: Von Worten kann man keine Fotos machen.

Er ist jetzt 43. Der Sohn 11. Die Mutter war (ist) Grafikerin. Sie sind geschieden. Sie ist auf Urlaub in der Provence.

Sie verlassen die Mole. Er soll seine Sonnenbrille nicht vergessen. Sunglasses, sagt der Sohn. Er übersetzt: Sohn-Gläser. Sie lachen beide.

Entweder, wenn er groß ist, würde er Freizeitparkleiter oder Spielkonsolenerfinder oder Gnocchi-Esser. Italien ist das Land des guten Essens, sagt er, und putzt seinen Gnocchi-Teller mit einem Stück Weißbrot blank. Leons Speisen um die Welt, sagt er noch. In Italien finge er an.

Sie sitzt am Nachbartisch. Sie ist mit ihren Eltern (Schwiegereltern?) da. Sie ist selber Mutter. Ein Kleinkind, ein Baby auf dem Schoß. Die Familie spricht französisch. Als der Kellner kommt, spricht sie englisch mit ihm, weil der Vater, der bestellen will, italienisch nicht beherrscht. Sie bestellt für alle. Sehr sicher. Dabei wirkt sie irgendwie zerbrechlich auf ihn. Nein, zerbrechlich ist das falsche Wort. Sie sieht französisch aus. Wie eine französische Katze. Er weiß nicht, wie eine französische Katze aussieht. Ihre Augen fallen auf, die etwas zu weit auseinander stehen. Aber das macht ihm nichts aus. Er sieht ein glattes, sonnengebräuntes Gesicht. Dunkle Augenbrauen, dunkle Augen, kastanienbraunes, glänzendes Haar, das ihre Schultern umspielt. Sie ist schön. Offensichtlich nahtlos braun. Ein paar Mal sieht sie auf. Dann heben sich die Lider. Wie die einer Puppe, denkt er. Er sieht sie länger an. Was sie bemerkt.

Santa Margherita Ligure, Pizza Margherita Ligure; und danach noch ein Eis, per favore! Un gelato al yoghurt e fragola. Grazie! Worte, die nach etwas schmecken. Scusi, signora! Un altra spremuta d´arancia. Na, das geht ja schon ganz flüssig über die Lippen. Probier mal das: Spaghetti ai frutti di mare, Gnocchi al pomodoro, Trofie al pesto. So geht das den ganzen Tag. Und dann wieder la dolce vita am Morgen: due brioche con marmelata, cappuccino, zucchero; Grazie! Prego! Ich kann noch was essen. Dann bestell dir mal selbst. Nimm den Mund ruhig noch mal ordentlich voll!

Salzig auf der Zunge. Der Sohn kommt vom Baden. Die Strände sind fast alle in fester Hand von Bagnioleros. Man kann für teures Geld Sonnenschirme und Liegen mieten. Mezzo giorno? fragt er. Mezzo giorno geht nicht. Nur ganzer Tag. Es kostet im CENTRAL BAGNI! Morgen wollen sie einen Badeplatz finden, wo es nichts kostet. Der Sohn sagt:

Irgendwas müsste man im Wasser tun können. Ein Zeichen von Langeweile. Er schlägt was vor: Mit dem Boot nach Portofino fahren, schattiges Plätzchen suchen, Füße ins Wasser halten. Beim Frühstück um zehn waren es schon 33 Grad.

Er sieht nach dem Sohn, der zur Badeinsel schwimmt. Wenn er im Wasser ist, kann er sich kaum aufs Schreiben konzentrieren. Wenn er auf der Badeinsel steht, kann er ihn an den Shorts erkenne. Er macht Kopfsprünge, taucht auf, klettert erneut auf die Kunstinsel. Er schwimmt wie ein Hund. Wenn er wieder zurückschwimmt zum Badesteg, muss er ihn im Auge behalten.

Wie kommt es, dass er jede neue Reise mit Abstand betrachtet? Es hat mit dem Schreiben zu tun, erklärt er sich selbst. Er, mitten drin, tritt heraus aus dem Bild. Er braucht diese Distanz, um beschreiben zu können. Denen, die später seine Texte lesen, wird es, so hofft er, anders ergehen. Er hofft, dass sie in seine Bilder eintauchen werden. Er will sich Mühe geben.

Essen am Mittag: Mozzarella, Pomodoro, Tonno. Der Sohn: Panini con Tonno. Das Essen ist mäßig. Die Bedienung freundlich. Der Platz schattig. Es geht ein leichter Wind. Sehr angenehm. Er wusste nicht, dass der Sohn gerne Thunfisch ist. Er trinkt einen Wein des Hauses. Weißwein, sehr trocken. Der Sohn: Coca Cola light. Er will abnehmen; weil pummelig. Er kann gar nicht glauben, dass er als kleines Kind mal dünn gewesen ist. Zum Nachtisch: Un gelato al limon für den Sohn. Er trinkt einen Espresso mit Milch; macchiato. Caffé Tubino ist hier am meisten verbreitet. Natürlich ist auch Illy nicht zu übersehen; auch Lavazza wird getrunken, wie überall in Italien; in halb Europa. Er denkt an Paolo Conte, den Sänger, der das Zitroneneis besingt.

Reisen ist etwas, dass ihn an sie erinnert. Sie waren gemeinsam viel unterwegs. Er denkt an L., an die Frau, mit der er lange Zeit zusammen war. Das Reisen erinnert ihn an sie. Es lässt sich einfach nicht vermeiden. Sie reist jetzt ohne ihn: Dubrovnik, Malta. Eine Freundin ist dabei. Sie schreibt: Alleine unterwegs sein, traue sie sich noch nicht. Nur nach Frankreich, wo der Onkel ein Schloss besitzt, reist sie allein. Sie ist jetzt 27; arbeitet an der Universität. Ein kleiner Lehrauftrag, wie sie selber sagt. Das erste selbstverdiente Geld. Sie kann sich endlich ganz allein versorgen. Sie fragt sich, warum ihr das so wichtig ist. Er freut sich für sie. Sie plant, eine größere Wohnung zu mieten. Mit einem separaten Arbeitszimmer, wie er eines hat. Das Diplom hat sie mit eins gemacht; insofern ist die Förderung berechtigt, die sie erhält. Sie zweifelt mal wieder daran. Er will ihr bald wieder schreiben. Er wird nicht jünger. Er freut sich schon darauf.

Dieser Satz in ihrem vorletzten Brief: Er solle nicht auf sie warten, sie sei noch lange unterwegs. Ein guter Satz aus Schriftstellersicht. Als Empfänger des Briefes ist er natürlich betroffen. Er ist kein junger Bursche mehr; insofern geduldig. Aber…

Er kennt ihr Geburtsdatum sein Jahren genau. Gemeinsame Reiseerfahrung. Das Hotel auf der Insel. Das Zimmer mit dem Safe. Er, der die Zahlen nicht liebt, soll sich die Kombination des Zimmersafes merken. Sie hat ihr Geburtsdatum eingestellt.

Die Handgelenke schmerzen. Er ist vor Tagen mit dem Fahrrad gestürzt; nichts gebrochen, aber verstaucht. Er kann die blauen Flecke zählen, wenn er seine Arme und Beine besieht.

Sein Ungeschick mit der italienischen Sprache. Er würde gerne besser sprechen können. Es reicht gerade so für die Bestellung im Restaurant oder ähnliche Situationen. Amerikaner, die es hier gibt, sprechen überhaupt kein Italienisch.

Ist Geduld ein Zeichen von Alterung?

Er hat ein Buch geschrieben. Wenn man ihn danach fragt, ist es ihm peinlich. Immerzu die Frage, um was es da geht. Wieso ist es ihm peinlich? Mit der Zeit, lernt er darüber zu sprechen. Er will Erfolg haben, und kein Hochstapler sein. Darüber sprechen, bevor es erscheint, könnte ihm Unglück bringen. Wieso jetzt Aberglaube? Wenn man ihn nicht fragt, spricht er nicht davon. Er findet gleichzeitig, er habe Anerkennung verdient. Er weiß, dass es nicht genügt, eines

geschrieben zu haben.

Zu ihrem Zimmer gehört eine kleine Terrasse; mehr ein Innenhof, ein Verbindungsweg zwischen dem Haupthaus und dem höher liegenden Gebäude. Aus ihrem Zimmer führen zwei Stufen in den Hof. Terrasse sagt er, weil Tische und Stühle darauf stehen. Rundherum Steinmauern, Vorsprünge, auf denen Stauden wachsen. Viele davon in Blüte. Nach dem Abendessen kehren sie hierher zurück. Sie nehmen an einem der Tische Platz und er liest vor. Eine Lesestunde vor dem Schlafengehen.

Er versäumt nicht, ihm das Denkmal von Christof Columbus zu zeigen, das unmittelbar vor der Stazione Principe steht. (Zu klären wäre, warum vor dem Bahnhof und nicht am Hafen, am Meer…)

Wenn sie hier und da stehen bleiben, um Fotos zu machen, fotografiert er meist den Sohn. Wozu nur Steine fotografieren, die morgen und übermorgen auch noch da sein werden? Vom Bahnhof zur Altstadt runter kommen sie an der Universität vorbei, wo der Sohn, gerade erst angekommen, über Kopfschmerzen klagt. Sie suchen und finden das Café Mangini. Zum Frühstück: Cappuccino, Spremuta d´aranica, ferner drei mit Aprikosenmarmelade gefüllte Brioche. Genua an einem Mittwoch im Juli gegen zehn; Ende Via Roma an der Piazza Corvetto, im Jahre 2002.

Darf er der Mutter eine SMS schicken? Selbstverständlich darf er. Warum denn nicht? Er fragt immer. Er erlaubt immer.

Sie gehen in das Meeresaquarium, wo der Sohn einen Rochen streichelt. Er fotografiert. Am Eingang und Ausgang: Bettler. Er habe nirgends so viele gesehen, wie hier. Anschließend Besichtigung der Neptun. Dem Schiff, das eigens für einen Polanski-Film gebaut worden ist – ein Piratenschiff ganz aus Holz. Es riecht nach Holz. Er liest dem Sohn und sich einen Prospekttext vor: Angaben zu Länge, Breite, Geschwindigkeit, Bauzeit, Tiefgang, Gewicht, Kosten u.s.w.

Er sagt fast nie: Das weiß ich nicht. Stattdessen sagte er: Das ist eine gute Frage. Er versucht auf alle Fragen des Sohnes eine Antwort zu finden. Er weiß nicht wenig. Leidet jedoch ob seiner Unwissenheit.

Das man jemand sein kann, der man nicht ist, und trotzdem man selbst bleibt, ist eine neue Erfahrung für ihn. Zum Beispiel einen Schriftsteller spielen, auch wenn man es de facto überhaupt noch nicht ist. (sich aber so fühlt)

Salziger Sommerschweiß. In Schweiß gebadet. Und einmal den kleinen Arm im Acquario, wo er den Rochen streichelt. DO NOT TOUCH HIS EYES. A SHORT TOUCH IS BETTER THAN A LONG. Man müsste ein zweites Schild aufstellen; Text: Bitte berühren. Eltern freuen sich mit ihren Kindern.

Auf der Treppe vor dem Palazzo Ducale legen sie einen neuen Film in die Kamera ein. Eben wollten sie die Dogenkapelle betreten. Kurzhosenträgern wird aber der Eintritt verwährt. Er macht ein Foto von dem Sohn, der vor dem Eingang steht und auf das Verbotsschild zeigt. Er lacht. Dieses Verbotsschild! Kein Text. Bilder sind international. Ob dieses Verbot nur in Italien gilt? will er wissen. Auch in Spanien, erklärt er dem Sohn, in allen katholischen Ländern. Warum es verboten ist? Weil nackte Haut in den Augen der Kirche Sünde ist. Warum es Sünde ist? Da müsste man bei Adam und Eva anfangen.

Auch mit Plan gibt einem die Altstadt Rätsel auf. Wo man gerade ist, weiß man nie so genau.

26. Juli 2002; er liest eigentlich keine Horoskope/Schütze, 23. NOV. BIS 2. DEZ. – Ihre Aussichten in der Woche vom 28. Juli bis 3. August 2002 – Suchen Sie weiter, und bleiben Sie auf dem laufenden. Denn Plätze, die alle ihre Träume erfüllen, sind knapp.

Es gilt zu sehen, ob er es so antrifft, wie erwartet. Sie kommen mit dem Taxi. Ein aufziehendes Gewitter hat die See unruhig gemacht, und die Fährleute beunruhigt. Kein Boot mehr, und der nächste Bus erst in einer Viertelstunde.

Übrigens regnet es. Es scheint, dass niemanden das wirklich interessiert. Piazza Vittorio Veneto. Die Taxen sind weiß. Der Regen ist warm. Der Fahrer, ein älterer, der etwas entfernt bei seinen Kollegen steht, kommt gelaufen. Sie steigen hinten ein. Viel teuerer als das Boot kann auch die Fahrt mit dem Taxi nicht sein. Links ist das Meer zu sehen. Rechte Hand das Miramare. Das Meer ist bleigrau. Das Miramare leuchtend weiß. Über dem Wasser zucken die Blitze. Autos und Motorräder fahren mit Licht. Die Straße windet sich in vielen, engen Kurven um die Felsen herum. Vor den Kurven wird von der Hupe Gebrauch gemacht. PUNTA BAGNO DELLE DONNE, PUNTA DELL`AGO, PUNTA PEDALE, PUNTA DELLA CERVARA. Dann die Einbuchtung von Parragi. Eine Sache von sechzig Sekunden vielleicht und gegenüber dann, sehr exponiert, das Castello di Parragi. Un affitto de B…, sagt der Fahrer nach hinten. – Hat er da eben den Namen Berlusconi gehört? Die Straße steigt jetzt an. Strada Statale SS. n. 227. In der Kurve die PUNTA CAIECA; und da geht´s die Straße zum Splendido hinauf. Best Hotel of Portofino, hört er den Fahrer sagen, der kurvt und hupt. Jetzt wird es aber wirklich eng…

Portofino – Versuch einer wörtlichen Übersetzung: Porto al fino, Hafen am Ende. Man fragt sich, was danach noch kommen soll: Alles erreicht? Reich ist, wer hier vor Anker liegt.

Versuch einer freien Übersetzung: Portofino – an der Spitze einer Landzunge gelegen. Mit der Zungenspitze schmeckt man am besten „süß”. Die Spitze, die das süße Leben schmeckt.

Noch ein Versuch: Portofino – ein Luxusprodukt italienischer Lebensart. Man schlüpft hinein in lässige Eleganz, und stellt doch fest, dass das gute Stück einem mindestens zwei Nummern zu groß ist.

Vierter Versuch: Portofino – ein Ort, den man malerisch nennt. Man weiß nie, ob die vielen Bilder, die nach dem Ort gemalt sind, wirklich nach dem Ort gemalt sind oder ob der Ort nach den vielen Gemälden gebaut worden ist.

Letzter Versuch: Portofino – Ein Ort, aus der Zeit gefallen. Ein aus der Mode gekommener Ort. Ein Ort parfümierter Gespräche und gedrechselter Komplimente. Die, die Urlaub haben, warten auf die, die Geld haben. Sonst passiert eigentlich nichts.

Sitzen, dass man nicht ins Schwitzen kommt. Und sehen, was vorbeikommt. Manche sehen aus, als hätten sie in Schokolade gebadet. Er selbst hat nicht mehr den Ehrgeiz in einer Woche oder in zweien am ganzen Körper gleichmäßig braun zu werden.

Sie verkaufen das Wasser in kleinen Flaschen. Jetzt also auch noch das Wasser. ACQUA DI PORTOFINO.

Direkt um die Ecke bei ihrem Hotel werden Autos von Blech- und Lackschäden kuriert, werden Settecento-Stühle aufgepolstert; werden Fensterläden von alter Farbe befreit, geschliffen, lackiert; werden caffés in der Bar getrunken; übrigens auch von den Carabinieri.

Unten die Blaue Stunde aus Meer und Stadt, wohingegen man hier oben zwischen Olivenbäumen geht. Man kann auch weiter ins Land hinein sehen, wenn man sich nur dreht. Man kann hinter bewaldeten Hügeln baumlose Berge sehen. Man kann Ansammlungen von Häusern erkennen. Man könnte noch ewig so gehen; zwischen Himmelsazur und Meeresblau. Man könnte noch weiter den Zikaden zuhören.

Man sieht auf blanken Steinboden und auf blanke katholische Pracht. Man verschafft sich einen Einblick, indem man als Standort den Eingang wählt. Man sieht auf die Hinterköpfe, meistens grau. Man sieht auf prunkvolle Lüster, auf heiligen Schein. Weiter vorn kann man den Prediger sehen. Man kann sich vorstellen, was er da spricht. Er spricht mit Nachdruck in ein Mikrofon. Er gibt einen Dauerregen an Worten ab. Ein warmer Landregen, der die Gemeinde nicht zu erfrischen vermag. Draußen kann man auf der breiten Steintreppe sitzen, die mit Kieselsteinen gepflastert ist, die irgendein Muster ergeben. Man kann auf das Meer hinunter sehen und sich gänzlich der Blauen Stunde hingeben. Man kann die Lichter der Stadt betrachten und weiter der Stimme des Priesters lauschen. Man kann, auch wenn man weiterhin auf das Meer dort unten sieht, das Bild des Priesters vor sich sehen, der kaum einmal aufschaut, während er

spricht.

Wieder sein Verdruss über das Nicht-Beherrschen der Sprache. Liedertexte aus dem Radio, ein belauschtes Gespräch am Nachbartisch, Botschaften auf Werbeplakaten; selbst, wenn ihm einzelne Worte bekannt sind, kann er den Gesamtsinn nicht immer erfassen. Er empfindet seinen Zustand als Behinderung. Wie ein Behinderter kommt er sich vor, weil ihm die Worte fehlen. Was er versteht, hat er sich fast alles selbst beigebracht: ein belauschtes Gespräch am Nachbartisch, Liedertexte aus dem Radio, Botschaften auf Werbeplakaten.

Sein Verdruss über die schlechte Verdauung.

Weiter sein Verdruss über die Schwüle.

Weiter sein Verdruss über die schweren Koffer.

Weiter sein Verdruss über den Verdruss und die Erkenntnis, dass nur Schreiben hilft.

Botschaft auf Werbeplakat: (ITALCAFFEÈ) DUE MINUTI SPESI BENE A CASA E AL BAR. Zwei gut verbrachte Minuten zu Hause und in der Bar. – Na, bitte, es geht doch.

Er dagegen ist schon um fünf Uhr morgens wach. Was kann man tun im fahrenden Zug? Schreiben zum Beispiel oder den Sohn zudecken, der sich mal wieder freigestrampelt hat.

```
Geschrieben von  in Weite Welt um 19:57
```

auch das muss mal gesagt werden.

wir alle lieben apple. alle autoren, die in diesem blog posten, arbeiten auf macintosh computern. wir lieben ipods, wir lieben itunes, wir lieben imacs, unser lebensgefuehl ist ilife, und ueberhaupt wuerden wir allles kaufen was mit "i" anfaengt.
und wir freuen uns auch aufs iphone wie doof. waere da nicht die kleinigkeit mit dem namen.

das trademark iphone gehoert seit dem jahr 2000 zu cisco systems.
wir alle leben von ideen und geistigen eigentum. bilder stehlen ist nicht gut, texte stehlen ist nicht gut, und namen stehlen auch nicht. "iphone" gehoert nicht apple, und alle versuche des eigentuemers mit apple zu cooperieren ignorierte apple.

aber lest selbst. hier eine stellungnahme aus dem cisco blog von mark chandler, cisco's svp and general counsel

```
Geschrieben von Peter von Felbert in Fight-Club um 18:52
```

Klassik

Zu viel Jazz hier. Zu viel Improvisation hier. Deshalb möchte ich genau an dieser Stelle noch mal eine Lanze für die Klassik brechen. Lasst mal das ganze Lametta, den ganzen Staub, die Abonnenten-Nummer und die ganze Abendgarderobensache bei Seite. Das ganze arrogante, überhebliche und schickimickihafte Theater. Ihr müsst dieses ganze Brimborium bei Seite schieben und da lassen. Und euch nur der Musik widmen. Dann werdet ihr etwas Ungeheures erleben und erkennen. Aber man muss es hinbekommen, dieses ganze Elitäre mit aller Gewalt zu verdrängen. Und sich zum eigentlichen Ereignis vorzuarbeiten. Oder sollte ich besser sagen durchzubeißen. Dann geht eine Pforte auf, ein Tor und lässt eine Welt herein von ungeheurer Klarheit, Schönheit und Brillanz. Wer vom Anblick des Meeres nicht genug bekommt. Oder fassunglos sich Sonnenuntergänge in den Bergen reinzieht. Wer große und kleine Gefühle liebt. Die ganze Welt des Schönen, der Wirklichkeit und all dessen, was uns ein Leben lang umgibt, ist schon mal vertont worden. Und zwar so, dass es nicht besser geht. Hört Beethoven, Mozart, Brahms, Mahler, Bruckner,

Tschaikowsky, Stravinsky, Ravel, Mendelssohn und Bach. Mit gutem Gewissen kann ich von mir behaupten, dass ich so gut wie keine Ahnung davon habe, aber mein Gefühl kann mich unmöglich so täuschen. So intensiv und schon so lang.(Foto: Peter von Felbert; Motiv: Münchner Symphoniker)

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Entdeckung des Tempolimits

In einer Konsumgellschaft entstehen ständig Trichter, Flaschenhälse oder andere Engpässe. Immer kommt Menge oder Masse nicht dahin, wohin sie soll. Es staut sich, wohin man schaut. Entweder weil es nicht abfließt, also aufstaut. Oder weil ein so großes Aufkommen herrscht, dass es nicht durch den Trichter passt. Die maximale Menge ist oft bestimmt. So ist alles extrem darüber oder darunter mit Problemen verbunden. Schmerzlichen. Teuren. Nervigen. Anstatt aber diese Engpässe zu überdenken und in ihren Spitzen genau zu betrachten, wird genau das Gegenteil getan. Man erhöht die Geschwindigkeit. Das Tempo. In der Hoffnung, der irrwitzigen Annahme, dass man mit 250 km pro Stunde schneller durch den Stau kommt. Die Physik ist zu diesen Themen eindeutig, aber unpopulär. Denn die würde oft das Tempo verlangsamen, um die Fließgeschwindigkeit optimal zu gestalten. Aber langsamer ist gleich unvorstellbar. Somit entwickeln wir Technologien und auch alles andere, was ein Zunehmen der Geschwindigkeit als primäres Interesse verfolgt. Und was noch wahnwitziger ist: eine Zunahme der Kapazitäten. Die Verjüngung eines Trichters oder eines Flaschenhalses ist ein Naturgesetz. Dem kann man nicht mit menschlicher Kleingeistigkeit begegnen. Tut man aber. Und das auch noch mit Vorliebe. Alles wird schneller und mehr. Mit dem immer selben Ergebnis. Die wichtigsten Qualitäten, die es zeitlebens zu erreichen gibt, kommen dabei zu kurz, gehen sozusagen im Geschwindigkeitsstau unter: Die Lebens- und die Arbeitsqualität. Aber wir haben ja noch ein paar 1000 Jahre daran zu arbeiten. Um irgendwann nicht zu der Erkenntnis zu gelangen, dass die schönsten Dinge auf der Welt reifen, wachsen, gedeihen, sich entwickeln. Alles hat seine Zeit. Wir haben unsere noch lange nicht gefunden. Oder gibt es schon Reisebücher, die da heißen: Im Schneckentempo durch Berlin. Oder Kochrezepte: In einer Woche ist es soweit.. Oder Schilder auf denen steht: Tempo 120 auf den Autobahnen? Alles wird kommen. Die Zeit ist da unerbitterlich. Am Ende lehrt sie uns immer, die angemessene zu akzeptieren.(Foto: Peter von Felbert; Modell: Achim)

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:01

Warum? Warum eigentlich nicht?

Selbstbestimmung. Selbstbeherrschung. Selbstbefriedigung. Selbsthilfe. Selbstaufgabe. Selbstverliebtheit. Vieles redet von einem selbst. Aber ständig wird man durch anderes und andere davon abgehalten. Dabei sollte man sich selbst doch am nächsten sein. Ein wenig selbstherrlich kann doch nicht schädlich sein. Das ist doch alle male besser, als immer anderem und anderen den Vorzug zu geben. Wenn jeder an sich selbst zuerst denkt, ist an alle gedacht. Sagt ein Sprichtwort. Auch dies ist nicht von mir selbst. Selbstbildnis. Selbstfindung. Selbsteinschätzung & Selbstüberschätzung. So vieles dreht sich offensichtlich um einen selbst, aber man merkt davon nicht viel. Also, warum eigentlich nicht sich selbst in den Mittelpunkt des eigenen Interesses stellen? Sich selbst gerecht werden. Das kann man doch unmöglich schaffen, wenn man allem und allen anderen ständig alles Recht machen muss. Selbstportrait. Ist das ganze Leben nicht wie das Gestalten des eigenen Kunstwerkes? In dem man sich selbst wenigstens annähernd wiedererkennen sollte? Wenigstens man sich selbst. Aber wo kämen das und die alle denn hin, wenn man sich selbst nicht ständig zurücknehmen würde? Nicht weit. Das ist offensichtlich wie auf einer Gallere. Man kommt besser voran, wenn viele andere für einen selbst rudern. Man muss ihnen nur verdeutlichen, dass sie das für sich selbst tun. Rudern für andere als Selbsthilfe. Der lange, sehr lange Weg zu dir selbst. Ich glaube, wer immer für andere rudert, der findet nicht zu sich selbst. Der hat andere sehr komfortabel und bequem an deren Ziele gerudert. Selber Schuld. Hat da jemand selber Schuld gesagt? Ich habe es genau gehört. Und ebenso verstanden.(Foto: Anne Eikenberg)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Mittwoch, 10. Januar 2007

Vortrieb

PS haben nicht zwingend etwas mit Geschwindigkeit zu tun. Ebenso hat Segelfläche beim Surfen nicht unmittelbar mit Vortrieb zu tun. Sondern ganz im Gegenteil. Die Menge der Tore sagt nichts über die Qualität eines Fußballspiels aus. Ebenso verhält es sich mit fast allen anderen Aspekten unserer Gesellschaft. Ein Buch, das viel verkauft wird, muss keinen geistigen Vortrieb mit sich bringen. Trotzdem sind unsere Rangreihen und Listen unser Top 10 und Top 100 vor allem auf den Spitzenplätzen voll mit diesen völligen Fehleinschätzungen. Würde man einen Koffer packen und ins Weltall schicken und darin würde sich alles befinden, was wir am meisten hinbekommen haben, dann würde das ein erbärmliches und grausammen Licht auf unseren Planeten werfen. Wenn ich ein grünes Männchen wäre, würde ich nach der Sichtung dieses Dilemmas großes Mitleid empfinden und die eigentliche Botschaft zwischen den Zeilen bedeutet: Bitte befreit uns von diesem Schwachsinn. Somit würde ich den Planeten auslöschen. Und denken, dass ich allen damit einen großen Gefallen getan hätte. Man stelle sich mal vor, was für ein grausames Sammelsurium der menschlichen Errungschaften da zusammenkäme. Um keine Abmahnung zu riskieren, halte ich mich mit Nennung von Ross und Reiter an dieser Stelle zurück. Ich bitte um Verständnis. Nur so viel: Alles von wirklicher Qualität und außerordentlicher Beschaffenheit, alles was einem großen Geist entsprungen ist und eine beeindruckende Verdichtung von menschlichen Fähigkeiten und Bereitschaften darstellt, hätte in diesem Koffer keinen Platz.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:37

Ich nehme mir das Leben

Nicht wie ihr denkt. Ihr denkt immer so negativ. Nein, ganz im Gegenteil, das ist die ultimative Ankündigung, das eigene Leben in vollen Zügen zu genießen. Ich will, dass man mal von mir sagt: Gott, der hat gelebt. Sich allen Herausforderungen kraftvoll zu stellen. Der drängelnden Neugierde unablässig gerne nachgeben und dabei Neues zu entdecken. Da liegt es vor mir, mein ganzes Leben. In all seiner Pracht. Ausgestattet mit den ganzen Nuancen. Man kann so unendlich vielem begegnen. Die Sinne sind offen für Zusammenkünfte aller Art. Das Leben ist die einzige sich mir bietende Chance, mit allen Wassern gewaschen zu werden. Das Leben ist da draußen. Und in mir drin. Man trifft auf harte Realitäten. Und man kann trotzdem träumen. Durchzogen mit allen Gefühlswelten, von denen man nicht genug bekommen kann und die man seinem ärgsten Feind nicht wünscht. Das Leben ist die ständige, gewollte Bewegung von Ziel zu Ziel. Sich nicht einfach treiben lassen wie ein Stück Holz. Es ist das entschlossene auf die eigenen Träume Zugehen. Diese mutig zu formulieren. Sich an den eigenen Wünschen messen. Von den Sichtweisen anderer profitieren. Weiter gehen und weiter gehen. Man muss immer weiter gehen. In die für einen wesentlichen und wichtigen Materien so tief vordringen, wie es einem das Leben ermöglicht. Und so viel Weg gemeinsam beschreiten, wie es nur geht. Aber auch entschlossen alleine unaufhörlich vorankommen. Wenn man was erleben will, dann muss man sich das Leben nehmen. Man muss zupacken. Man darf es nie loslassen. Denn man bekommt sonst nichts. Vor allem nichts zurück.

Geschrieben von Christof Hintze in Menschen um 07:29

Dienstag, 9. Januar 2007

Werbeblabla - opinion leader (1)

Meinungsbildner?! Ja, so lautet die richtig grausige Übersetzung. Und weil keiner so ein Wort in den Mund nehmen würde, nimmt man den englischen Begriff. Kling cooler und überzeugender. Wenn man sich mit den vorgestellten Werbemitteln- und Maßnahmen vor allem an diese opinion leader wendet, dann denkt der Kunde: Toll, und die erzählen die frohe Kunde allen weiter. Das denkt zumindest die Agentur, wenn sie denkt, der Kunde müsste das denken, wenn sie upinion leader sagt. Die in ihrer einfältigen und ängstlichen Denkweise denken aber was ganz anders. Oh mein Gott, gleich bei den Meinungsbildern, den Rädelsführern. Wenn wir da nicht ankommen, dann sind wir gleich völlig am Arsch. Die erzählen dann auch noch allen, wie scheiße das Produkt ist. Deshalb richte Dich nie an opinion leader. Sonst kommst Du nicht zum Zuge, weil Dein Kunde die Hose voll hat. Richte Dich an Dumpfbacken. Das ist die große Anzahl von Leichtgläubigen, die Dir und Deinem Kunden jeden Scheiß abkaufen und allen noch erzählen, wie toll das war. Nur weil sie es selbst gekauft haben. Das wird Deinen Kunden begeistern.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:03

100% - Mehr geht nicht

Der Kosument hat am Ende immer nur 100 %. Das ist eine theoretische Summe. Die er als Kapital investieren kann, darf und muss. Die Summe bleibt nur 100 %. Bringt nun jemand eine neue Zeitschrift auf den Markt, dann kann der Konsument diese unmöglich additiv einfach seinem Warenkorb hinzufügen, sondern muss dafür etwas anderes aus dem Warenkorb herauslassen oder werfen. Oder etwas anderes günstiger erwerben. Denn die Basis 100 % bleibt. Davon sollte jeder ausgehen, der ein neues Produkt einführt. Ein anderes muss sich dafür dünne machen oder gänzlich verschwinden. Das muss nicht unbedingt aus derselben Branche oder Produktgruppe sein. Ist es aber auch. So kann man eine neues Getränk kaufen, lässt dafür aber die Frauenzeitschrift weg. Oder die Süßigkeiten. Denn der Konsument entscheidet, was er mit seinem Kapital macht. Und das frei verfügbare Kapital ist dabei sehr gering. Also das, über das er einfach mal so frei verfügen kann. Ein Großteil seines Kapitals ist fest und zwingend verplant. Somit bleiben ihm zwischen 10 und 25 % von seinem Kapital. Das sind zwischen 100 und 1.500 €. Bei 80 % sind es nicht mehr als 250 € im Monat. Eher weit weniger. Noch mal für die Marketingverantwortlichen: weniger als zwei-hundert-fünfzig Euro. Wenn da die Benzinpreise plötzlich mal anziehen, was sie gerne öfter mal tun, sind schwupps schon 30 € weg. Oder die Mehrwertsteuer. Die macht aus 250 € plötzlich nur noch 200 €. Und da Preise gerne steigen und Kosten sich lieber erhöhen, so schrumpft die Summe des frei verfügbaren Kapitals. Doch die Bedürfnisse bleiben nicht nur, diese werden auch noch angeheizt. Noch mal für Schnellrechner: Über 80 % können sich in einem Monat nicht mal einen iPod Video mit 80 Gig leisten. Da fehlt denen noch ein Batzen. Und wenn sie sich einen leisten, dann geht 2 Monate - nichts. Aber auch gar nichts. Kredite. Schulden. Finanzierung. Alles brutal kontraproduktiv, weil es die monatliche Summe auf Dauer nicht nur schrumpfen lässt, sondern auch noch durch die Zinsen zusätzlich. Ich wollte das nur mal erklären, weil es mir so scheint, dass alle so tun, als ob der Konsument nicht will. Er kann in den meisten Fällen nicht. So einfach ist das. Er muss nur hin und wieder. Und andere können, aber wollen nicht. Das sind die anderen 20 %. Aber über die schreibe ich ein anderes Mal. Ich wünsche mir, dass die werbliche veröffentlichte Meinung nicht so despektierlich mit den paar Kröten von über 80 % unsere Mitmenschen umgeht. Das ist nur fair. Und menschlich. Einfach nur mitmenschlich. Auch so ein dummes Wort wie Mitbürger. Wer ist Mit und wer ist Ohne? Da ein Bürger und da ein Mitbürger? Oder da ein Mensch und da ein Mitmensch? Wer ist eigentlich auf diese Unterscheidung gekommen, die nicht nur keinen Sinn ergibt, sondern sogar eine Grenze zieht? Zwischen echten Menschen und Bürgern und denjenigen die ein "Mit" mittragen müssen. Aber ich weiche vom Thema ab, auch dazu an anderer Stelle später mal ausführlich und mehr. Man kann sich ja nicht um alles kümmern.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Die bestellten Gefühle

Es gibt ja so einiges, was Menschen so in sich hineinfressen und manchmal schaffen sie es, das alles auch nie rauszulassen. Auf der einen Seite ist das in Ordnung. Denn jeder hat das Recht, mit seinem Inneren so zu verfahren, wie er will. Auf der anderen Seite verbaut man sich aber auch eine Chance. Denn es könnte ja sein, dass man mit

diesem Empfinden nicht alleine da steht. Sondern, dass es vielen ähnlich ergeht. Also, Weihnachten und Silvester, Geburtstage und Feiern aller Art stellen mich immer wieder vor dieselbe Herausforderung, an der ich jedes Mal scheitere. Ein bestelltes Gefühl im richtigen Moment abzurufen. Ich bekomme das einfach nicht hin. Oder nicht mehr. Sondern ich bin so was wie der Miesepeter für bestellte emotionale Momente. Was ziemlich blöd ist. Weil man damit so eine Rolle einnimmt, die man gar nicht einnehmen will. Was die Situation noch zunehmend verschlimmert. Denn alle achten besonders auf einen. Wie unter einem Fernglas wird die eigene Gefühlswelt von allen anderen beäugt. Die sind natürlich genervt, weil die jeweilige Inszenierung nicht zur vollen Entfaltung kommt. Und ich bin so eine Art JR Ewing für solche Momente. Das Schlimmste daran ist, dass ich aus dieser Falle nicht rauskomme. Sondern dass es immer blöder wird. Mir graut schon vor Trauerfeiern und ähnlichem. Denn auch da muss man seine Gefühle angemessen in Szene setzen können. Und zwar so überzeugend, dass diese ehrlich rüberkommen und nicht aufgesetzt. Was mich vor einige unüberwindbare Probleme stellt. Nun gut, ich werde das wohl ertragen und erdulden müssen und was am Schlimmsten ist, die Menschen um mich herum auch. Aber was soll man machen, wenn man auf Knopfdruck keine Weihnachtsstimmung abrufen kann? Nichts, die Spülmaschine ein- und ausräumen, Tische decken und abräumen, Getränke liefern, Flaschen öffnen, Gemüse schneiden, Müll herunter bringen und so weiter. Alle mechanisch zu erledigenden Dinge sind ein Geschenk des Himmels für mich. Wenn alle freudetrunken Geschenke auspacken, räume ich das Papier auf. Oder die Spülmaschine ein. Ich hoffe nur, ich bin mit dem Problem nicht allein. Denn das wäre mir schon sehr peinlich.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Montag, 8. Januar 2007

kleine hommage an die note

Geschrieben von Peter von Felbert in Hausbesuch um 07:13

Der Hofnarr

William Shakespeare hat ihm zum Durchbruch verholfen. Eine Figur manifestiert, die sich entlang der Realitäten hangelt. Begleitet von der drohenden Gefahr, dabei selbst Opfer der Realitäten und somit gehängt zu werden. Der Narr spricht aus, was sich niemand traut. Nicht mal zu erkennen. Diese Kultur ist leider ins Hintertreffen geraten. Denn der Narr weilt offensichtlich nicht mehr unter uns. Also nicht ausgerüstet mit dem Wagemut, mit dem Shakespeare ihn ins Leben gerufen hat. Der Narr, der nicht nach dem Mund redet. Der Nägel trifft und zwar auf den Kopf. Der aufzeigt. Der nicht wegsieht. Der beschreibt. Die großen Narren unserer Zeit, wenn sie nicht gehängt wurden, sind fast gänzlich ausgerottet. Ober haben nicht viel gemein mit dem eigentlichen Narren. Sondern sie machen sich zum Selbigen, nur um sich zu bereichern. Leider nicht an Realitäten und um Missstände aufzudecken, sondern nur im Gefallen. Man ist witzig wie nie zuvor. Die Komödiendichte ist geradezu gedrängt. Aber keiner dieser vielen Narren ist darauf ausgerichtet, den Spiegel vorzuhalten. Wir amüsieren uns köstlich. Was im Umkehrschluss uns alle zu Narren macht. Denn dem Narr bei Shakespeare ging es ähnlich. Er hat sich selbst immer köstlich amüsiert. Was man von seinen Zuhörern nicht uneingeschränkt immer behaupten kann. Somit wünsche ich mir wieder mehr Narren, die mir zeigen, was ich nicht sehen will, kann oder darf.

Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Menschen schaffen aus Meiderich rauszukommen, aber du bekommst Meiderich nicht aus den Menschen

Ich gebe ja zu, ich bin ein Zicke. Launisch und nehme vieles wirklich zu genau. Aber wenn jemand in einen erlesenen, exzellenten und sauteuren Jahrgangs-Champagner von Bollinger, den man zur Feier des Tages kredenzt hat, Eiswürfel wirft, und das in einem Rotweinglas, und dann wie wild schwenkt, dann würde ich diese Situation als grenzwertig bezeichnen. Ich entschuldige mich dann persönlich beim Bollinger. Denn das hat er nicht verdient. Die Geschichte könnte hier aufhören, aber eigentlich beginnt sie erst hier. Denn dieser Mensch erklärt mir noch unentwegt, dass dies der letzte Schrei sei. Und dass man das so macht. Hat er in GQ oder einem ähnlichen Magazin gelesen. Ich muss dann immer an mich halten. Sehr sogar. Um den Rahmen nicht zu sprengen. Es würde eine Menge daran hängen und zu Bruch gehen, wenn ich in genau diesem Moment despektierlich reagieren würde. Deshalb muss ich das aushalten. Ertragen. Und ich schaffe das auch. Wirklich. Oder sagen wir mal so, ich arbeite daran.Aber in einen wohltemperierten 1988 Chassagne Montrachet 1er Cru, Wasser zu gießen, um eine Weißweinschorle daraus zu machen... Das geht zu weit. Oder?!

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Der richtige Dreh

Es gibt ihn nicht. Nicht mal annähernd. Schon beim Versuch, nur das Richtige zu machen, sind ganze Gesellschaften und Kulturen gescheitert. Schulternzuckend sind diese in den eigene Ruinen in die ewigen Jagdgründe eingegangen. Obwohl sie alles richtig gemacht haben. Amüsant ist nur zu sehen, wie sehr trotzdem ganze Industrien noch heute darum bemüht sind, redlich glaubwürdig rüberzubringen, alles richtig zu machen. Vor dem Hintergrund der

Zeitgeschichte wirklich lachhaft. Denn da trifft man unzählige Male auf Richtigstellungen von bis dahin Richtigem. Somit erscheint die Feststellung von Richtigkeit ebenso überflüssig wie die der Schuld. Zwei Eigenarten, die sehr viel Zeit und Raum einnehmen. Aber wenig bis gar nicht zielführend sind. Sogar die Mathematik hat in Sachen Richtigkeit ihr Fett weg. Die Medizin schon lange. Und eigentlich alle anderen Disziplinen auch. Trotzdem ist man bemüht, eine aufrecht zu erhalten. Wie die eine Wahrheit. So muss es doch eine Richtigkeit geben. Warum? Wenn Wahrheit wie Richtigkeit und Schuld fließende, sich ständig verändernde, ständig neue Übergänge gestaltende und neue Formen annehmende, nur begleitende Aspekte unseres Daseins sind, warum dann widmen wir ihnen eine so fehlerhafte und zugleich große Aufmerksamkeit? Ich behaupte, dass die falschen Antworten auf diese drei unwichtigen Fragen mehr angerichtet haben, als sie je Positives erschaffen haben. Die Ursache für einen Großteil des geltenden Übels beruht darauf, dass am falschen Ende nach Antworten gesucht wird. Bevor man zum Thema kommt, zur eigentlichen Lösung, muss man durch das undurchdringbare Dickicht von Wahrheiten, die keine sind, von Richtigkeiten voller falscher Annahmen und von Schuld, die eine Frage der Sichtweise ist. Somit gibt es keinen richtigen Dreh. Sondern nur falsche Annahmen. Die sich Herausputzen zu Richtigem. Gut zu wissen für alle, die zweifeln. Zweifeln an der Richtigkeit. Das ist gut so. Denn sie existiert in der so vorgebrachten Form nicht. Somit kann man beruhigt recht von der Annahme ausgehen, dass es alle anderen auch nicht richtiger wissen. Sondern es ebenfalls nur eine von vielen Richtungen von Richtigkeit ist. (Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

You have to pay, just to make it today

In Anlehnung an den sicher schon in Vergessenheit geratenden HC Hammer Song, in dem man noch unbedingt beten sollte, damit alles auch wirklich so wird, wie man es sich wünscht, möchte ich gerne eine kleine Änderung anbringen: Pay. Zahlen, löhnen, berappen. Einige der schönsten Dinge können mit dem nötigen Kleingeld wirklich Wirklichkeit werden. So liegt zwischen Vorstellung und Realität oft einfach nur ein Betrag X. Für viele nicht der Rede wert, die haben Träumen, aber in der Regel diese Art der Träume nicht. Und für die vielen anderen unerreichbar und unerschwinglich. Man stelle sich mal vor, nicht wir wären die Auserwählten, sondern alles Voraussetzungen, die wir lieber ungenutzt lassen, stünden zum Beispiel den Indern in vollem Umfang zur Verfügung. Also, 50 Millionen Mitglieder im IFB. Indian Football Bund. Und so weiter. Was glauben wir eigentlich, in welcher Statistik wir überhaupt noch auftauchen würden. Länder wie uns würde man nur noch liebevoll "die roten Laternen" nennen. Somit ist das, was wir vorfinden, ein außerordentliches Privileg. Was wir aber als solches nicht betrachten. Somit stellt sich zunehmend weniger die Glaubensfrage, sondern die immer lauter werdende Finanzierungsfrage. Und in Ländern wie Indien verhält es sich genau anders herum. Da werden die Glaubensfragen zunehmend besinnlicher gestellt, weil man sich alles mehr und mehr leisten kann.Schon seltsam. Aber ich prophezeihe, dass zum Beispiel viele Inder an Positionen auftauchen werden, die für uns heute noch unvorstellbar sind. Skispringer, Eisschnellläufer und Synchronschwimmerinnen. Uns bleibt dann zum Glück noch das Beten, den das Zahlen haben andere fest im Griff.

Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Freitag, 5. Januar 2007

Me, myself und I

Das bin ich. Auch noch heute. Vieles an mir hat sich zwar verändert. Entwickelt, wie man sagt. Nicht alles zum Guten. Aber noch mehr von dem Kleinen ist geblieben. Unverändert. Zum Glück, denke ich. Leider jedoch einiges andere. Mein Vater hat unendlich viele Fotos von uns und unserem Leben gemacht. Schränke von Dias, die in Diakästen ihr tristes Dasein fristen, schlummern bei meinen Eltern im Keller. Sie dokumentieren so gut wie lückenlos meine ersten 15 Jahre. Dann reißt der Faden ab und wird lückenhaft und zunehmend unvollständiger. Aber bis zum 15. Lebensjahr hat das Objektiv meines Vaters mich eingefangen so wie ich war. Er fotografierte leidenschaftlich. Und diese Aufnahmen wurden zunehmend besser und besser. Ich kann behaupten, dass da Schätze schlummern. Die, so wie ich ihn kenne, nie das Licht der öffentlichen Welt erblicken werden. Aber das ist sein Ding. Zurück zu mir. Ich wollte nur festhalten, dass vieles ist, wie es ist und unveränderbar ist. Wir denken viel zu viel über das Unveränderbare an Menschen nach. Und vergeuden noch mehr Energie, um diese in unserem Sinne zu verändern. Oder sollte ich besser sagen zu verbiegen? Klappt nicht. Ich weiß, dass ein Großteil meiner Persönlichkeitsmerkmale von Anfang an da waren und sich bis heute nicht geändert haben. Weil, wenn ich die vielen Bilder überfliege, ich immer wieder dasselbe sehe. In allem, was ich da sehe. Und das schöne ist, ich kann es fühlen. Das gute Gefühl, das ist dasselbe. Nicht nur das gleiche. Das ist von großem Vorteil. Denn ich habe gelernt, mich zu akzeptieren. Und dasselbe auch mit anderen Menschen zu tun. Also nehme ich Menschen so, wie sie sind. Ich mäkle nicht herum, sondern ich versuche nur rauszubekommen, welche Rolle Menschen in einer Band spielen könnten, wenn ich eine Band hätte. Wo sie wohl in der Schulklasse sitzen würden. Wann sie im Sportunterricht gewählt würden. Und wenn diese in meiner Mannschaft Fußball spielen würden, auf welcher Position. Bei Klassentreffen wird meine Theorie bestätigt, dass sich fast so gut wie nichts ändert. So dauert es höchstens 5 Minuten, dann fallen alle Fassaden und die alten Rollenspiele sind wieder die alten. Somit versuche ich, wenn mir Menschen begegnen, immer rauszubekommen, wie diese wohl als Kinder waren. Denn so, wie sie sich heute darstellen, kann man aus den meisten nicht viel Schlüsse ziehen.
(Foto: Thomas Hintze)

Geschrieben von Christof Hintze in Menschen um 07:03

Eine Gondel voller Mutlosigkeit

Antoine de Saint-Exupéry erzählt davon. Wenn er von der Lust das Meer zu überqueren, statt von den Qualen ein Schiff zu bauen berichtet. Und ein weiterer mir bekannter Gedanke lautet: Wenn Du neue Kontinente erreichen willst, musst Du bereit sein, alte zu verlassen. Doch meist ist der Vorsatz größer als der Mut, es auch zu tun. In Gedanken ist alles Wünschens- und Erstrebenswerte längst erreicht. Der Weg wurde sogar in Gedanken hunderte Male beschritten. Der zu allem führt, was das Leben für alle lebenswerter macht. Aber dann steht man mit seinen beiden Füßen auf seinem Kontinent. Der Blick schweift über das Meer der Ungewissheit. Man steht an der Klippe, die das Ende der eigenen Möglichkeiten bedeutet. Man steht auf dem, was man alles bis hier erreicht hat. Und obwohl man weiß, dass alles vergänglich ist, so ist einem die Lust auf das Neue nie so nah, wie das gute Gefühl, sich auf gewohntem Territorium zu bewegen. Tausendmal hat man ganze Kulturen untergehen sehen, weil sie sich auf das Erreichte beriefen und auf dasselbe verließen. Branchen, Konzerne, Unternehmen und Produkten ging es nicht besser. Am Ende verlässt fast alle der Mut, von einem Ende an einen neuen Anfang zu gelangen.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Donnerstag, 4. Januar 2007

Wo bist du gerade?

In Gedanken verreist. Nicht verloren. An was denkst du gerade? An einen anderen Ort. Nicht an einen anderen Menschen. Die Abstände zwischen physisch vollzogenen Reisen sind oft sehr groß und meist viel zu lang. So reise ich in Gedanken. Und zwar nicht nur an andere Orte, sondern auch als andere Persönlichkeit, in eine andere Zeit. Bei Reisen und Ausflügen in Gedanken ist alles erlaubt. Wenn einem das erstmal bewusst wird, dann können solche Reisen richtig anstrengend und intensiv wirken. Denn der Anspruch an die Ausflüge entlang den Synapsen steigt. Wo man früher noch mal am Strand lag, gesellen sich jetzt ganze Erlebniswelten dazu. Meist ausgelöst durch kleine Impulse. Ein Bild, ein Artikel, ein Film oder nur eine Geschichte, die man gehört hat. So über den Tag bleibt viel Zeit, sich diesen Ausflügen gebührend zu widmen. Das Schöne: Man kann diese auch einfach unterbrechen und dann wieder fortsetzen. Man kann jeden mitnehmen und was noch schöner ist: zu Hause lassen. Die schönste Welt ist die im Kopf. Den nur die ist so, wie man es sich wünscht. Perfekt oder voller Katstrophen, die zum Glück immer glücklich ausgehen. Deshalb trifft man mich auch tagsüber in Gedanken oft an anderen Orten, in einer meiner Welten an.
(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Weite Welt um 07:01

Freundschaft

Erst letztens sagte Jürgen Klinsmann einen sehr sinnigen Satz über Freundschaft, der mir zu denken gab: Freundschaft kann vor allem da entstehen, wo keine gegenseitigen Abhängigkeiten anzutreffen sind. Er hat es etwas anders ausgedrückt, aber ungefähr so gemeint. Ich glaube, er sprach von Nutzen oder so was. Aber der Inhalt ist mir in Gedanken geblieben. Und dann fiel mir auf, was man über die Jahre alles als Freundschaft und/oder Bekanntschaft wahrgenommen hat. Wie oft genau diese Abhängigkeit oder der gewünschte Nutzen im Vordergrund stand. Wie oft man sich genau in diesen Fällen ständig gegenseitig die Freundschaft versichern musste. Wie anstrengend diese Arten von Freundschaften oft waren. Man musste diese regelrecht pflegen und bewusst aufrecht erhalten. Denn man versprach sich davon oder profitierte durch diese von etwas. Klinsmann hat das durchschaut. Deshalb unterscheidet er zwischen möglichen und unmöglichen Freundschaften. Das erscheint mir sehr logisch. Somit werden Zweckgemeinschaften oft fälschlicherweise als Freundschaften bezeichnet. Was zu emotionalen Problemen führt. Denn es wird ständig ein Gefühl eingefordert, das keiner einbringen kann. Weil es unbegründet wäre. Das macht es komplizierter. Ich konnte das zeitlebens durch meine rasanten Richtungs- und Ortswechsel sehr gut beobachten. Denn es überlebten nur die richtigen Freundschaften. Und die sind wie von einem anderen Stern. Aus einem anderen Universum. Ohne Neid, ohne Nutzen, ohne Geld, ohne Drohungen, ohne Verpflichtungen, ohne Abhängigkeiten. Alles nur aus freien Stücken. Es sind wenige. Sehr wenige. Aber das ist sehr gut so. Denn so viel Freundschaft, wie viele denken, hat kein Mensch zu geben geschweige zu verschenken.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Mittwoch, 3. Januar 2007

iPhone kommt. Und wie. Gewaltig. (Vielleicht)

Die Süddeutsche tappt zwar auch noch im Dunkeln, aber die Gerüchte verdichten sich. Das iPhone kommt. Und ich sage Euch, die Menschen werden in Massen ihre alten Handys einfach zertreten, verlieren um an das neue Apple zu kommen. Die werden zu Gravis pilgern, in Schlangen warten und 499€ hinblättern. Und dabei ein Gesicht machen, als ob sie gerade das "Ja-Wort" ausgesprochen und die ewige Liebe damit verbunden hätten. Den Chip aus dem alten Handy reißen, den Chip in das neue iPhone stecken und das alte Ding einfach liegen lassen, oder im nächsten Mülleimer versenken. Bei ebay werden auf einen Schlag ca. 8 Millionen Handys zum verkauf angeboten werden. Welche alle die 1€ Grenze bis auf weiteres nie überschreiten werden. Mit zittrigen Händen werden die Menschen es in Händen halten und herumzeigen wie den Erstgeborenen. Und darauf aufpassen wie auf ihr Augenlicht. Wenn es jemals einen angekündigten Branchen-Killer gab, dann der. Tragt es mit Fassung. Es ist ein würdiger Nachfolger. Ich bin so was von geil darauf und ich werde es haben, vor euch allen. Und ich werde euch alle damit anrufen von meinem weißen, geilen iPhone mit 80 Gig Video iPod, UMTS Breitband mit 8Mbit up- & download. Und allem verdammten geilen Schick-Schnack der noch so dazu gehört. Es wird schlimm für euch und ein großer Moment für mich. Verdammt habe ich feuchte Finger.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:43

Ziviler Ungehorsam

Für alle, die es nicht wissen: Seit Januar 2002 ist eine fette Krise über unser Land hinweggerollt. Die wiederum in ihrer destruktiven, zerstörerischen Tragweite von vielen Nebenschauplätzen zusätzlich angeheizt wurde. Der 11. Spetember hätte vielleicht ausgereicht. Aber wir hatten da noch das Theater mit dem EURO. Basel II. Die Wiedervereinigung. Das Zerbersten der New Economy-Blase. Der Absturz der Börse. Das Aufkommen des Share Holder Value. Die Flut der Controller. Das Aufkommen der Selbstbedienungsmentalität im Management. Das müsste es eigentlich gewesen sein. Aber sicher sind mir ein paar katastrophale Nebenschauplätze jetzt entgangen. Oder ich habe diese verdrängt. Alle, die sich zu diesem Zeitpunkt im Mittelstand aufgehalten haben, wissen, wovon ich rede. Alle anderen müssen jetzt einfach lesen und glauben. Jedenfalls kam es ganz dicke von allen Seiten. Ich persönlich habe diesen Ausnahmezustand noch dadurch gekrönt, in dem ich Vater von Zwillingen wurde und meine Frau deshalb kein geregeltes Einkommen mehr erhielt. Wenn schon, denn schon.So gibt es bis zum Januar 2002 einen Lebensabschnitt, den ich gerne als Double-Income-No-Kids bezeiche. Und ein Jahr später als Double-Kids-No-Income. Das Dumme an Katastrophen von einem solchen Ausmaß ist, dass man diese in ihrer Tragweite völlig unterschätzt. Nachher ist man schlauer. Und währenddessen sind um einen herum alle viel schlauer. Aber wer mitten drin steht, der denkt nur: Was für eine riesen Scheiße. Und dann fängt man an, sich an das Überleben zu machen. Was den Alltag völlig verändert. Die Post ist nur noch grün, grau und gelb. Und man muss sie regelmäßig quittieren. Das Wort Liquidität erringt einen Stellenwert wie Wasser nach zwei Wochen ohne in der Wüste. Alles ändert sich. Dramatisch, aber man reagiert darauf träge, ungläubig und fassunglos. Was das Ausmaß noch zusätzlich verschlimmert. Aber wer in der Scheiße steckt, für den ist die Tiefe nur noch ein Detail.In dieser Zeit werden einem von allen Seiten die Kerzen ausgeblasen und die Stecker herausgezogen. Und zwar so lange, bis du aufgibst und zum Amtsgericht trottest und eine Marke ziehst. Mit der du dann endgültig dein Schicksal für die nächsten 6 Jahre besiegelst. Insolvenz. Ständig kamen mir diese erlösten Menschen entgegen, die mir versicherten, wie befreiend es sei, loszulassen. Hör auf zu schwimmen, wenn du sowieso ertrinkst. Aber ich konnte nicht. Habe es nicht fertig gebracht. Ich war zu feige. Ich hänge zu sehr am Leben um das Selbige an den Haken zu hängen, auch wenn es nur symbolisch ist. Nein, das kommt mir nicht in die Tüte. So einfach kann man es sich nicht machen. Jetzt erst recht.Schön, aber wie? Wenn alle den Hahn zudrehen, einem in den Rücken fallen, die Pistole auf die Brust setzen. Wenn alle nur ihre Forderungen geltend machen wollen. Wenn die Spielregeln sich innerhalb eines Spieles grundsätzlich verändern. Ruhe, dachte ich mir. Immer mit der Ruhe. Und so bin ich auf Verständnis getroffen an Stellen, von denen ich es nie geglaubt hätte. Und habe auf die Fresse bekommen aus Ecken, von denen ich es ebenfalls nie erwartet hätte. Aber ich möchte an dieser Stelle über die Wichtigen schreiben, die einfach nicht ihren Job gemacht haben, um mir den Rücken freizuhalten. Die alle Grenzen ausgebotet haben, Grenzen überschritten haben, sich selbst in Gefahr brachten, weil sie mir helfen wollten. Es gibt sie da draußen. Und ich sage euch, da, wo jeder glauben würde, von da kannst du keine Unterstützung erwarten. Aber genau von da. Da traf ich auf offene Ohren. Und warf meine ganze Glaubwürdigkeit in die Waagschale. Und siehe da, das Projekt Nussschale im Ozean begann langsam tragfähig zu werden. Weil alle mitspielten. Gerne würde ich Ross und Reiter nennen. Aber ich

befürchte, die würden noch heute einen höllischen Ärger bekommen. Danke. Ich möchte an dieser Stelle "Danke" sagen. Denn ihr sitzt da, von wo alle erwarten, dass da der Spaß aufhört. Da geht nichts. Mit denen kannst du nicht reden. Falsch. Der Ton macht auch oder gerade bei diesen Menschen die Musik. Klarheit. Ansagen. Clear Instructions. Wer hier Vertrauen bricht oder missbraucht, der kann sich mehr als warm anziehen. Hier ist absolute Präzision angesagt. Absprachen und Kommunikation auf höchstem Niveau. Dass es die note noch gibt und dass es ihr besser geht denn je, ist ein großer Verdienst von Menschen, die in Institutionen sitzen, von denen man das nie erwarten würde. Deshalb kann ich nur jedem raten, den es mal erwischt. Greift zum Hörer. Redet. Klartext. Gewinnt die für Euch, von denen Ihr am meisten befürchtet. Bei mir hat das fantastisch funktioniert. Natürlich habe ich auch unglaubliche Mitarbeiter und ebenso fantastische Kunden, aber wenn ich ehrlich bin: Deren Engagement und Unterstützung hätte nicht ausgereicht, damit der Schalter nicht umgelegt wird.(Foto: Peter von Felbert) -

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Diplomatie

Auch dieser Begriff wird von vielen völlig falsch verstanden und interpretiert. Nicht der Kleinere und Schwächere und Ärmere muss sich leider mit den Mitteln der Diplomatie begnügen. Weil er nicht die Wahl der Waffen hat. Sondern die Mittel der Diplomatie stehen allen gleich gut zu Gesicht. Denn das Ziel der Diplomatie ist es aus einer Mücke keinen Elefanten zu machen. Oder die Kirche im Dorf zu lassen. Auf jeden Fall immer das kleinere Übel zu wählen und in Kauf zu nehmen, statt eine Lawine loszutreten. Diplomatie ist im wahrsten Sinne des Wortes aber eigentlich auch eine Waffe, mit der man Konflikte lösen kann. Ebenso wie ein Großteil der asiatischen Kampfkunst in der Regel darauf beruht, in erster Linie den Kampf zu meiden, in zweiter die Kunst der Verteidigung zu beherrschen und erst zum Schluss gibt es die Option des Angriffs. Wenn alles andere zuvor versagt hat. Und das drohende Übel weitaus größer ist, als es mit einem entschlossenen Eingreifen zu beenden. Wie ich in den letzten Tagen schmerzlich erfahren musste, haben auch viele Blogger diese Reihenfolge falsch herum in ihrem Kopf. Da wird sofort angegriffen, aufgerüstet und zurückgeschlagen. Danach werden obligatorisch mit dem Blick auf die Verwüstung Entschuldigungen, Verteidigungen und Rückzugsoptionen in Betracht gezogen. Und ganz am Schluss, wenn das berühmte Kind im Brunnen liegt, wird nach der Diplomatie gerufen. Ich kann Herrn Koffi Annan sehr gut verstehen, wenn er sich über diesen Missbrauch erregt und die Verdrehung der Reihenfolge immer und immer wieder anklagt. Aber in den Köpfen der Menschen herrscht noch ein verdrehtes Bild. Und so können wir täglich in der Tagesschau bewundern, zu welchen herausragend dummen Entwicklungen das führt. Für meinen Teil beginnen alle Nachrichtensendungen, seit dem meine Augen das Licht des Fernsehers erblickt haben, mit der grausamen Aufzählung und Darstellung genau dieser verdrehten Welt. Vielleicht wird sie deshalb als richtig empfunden? Vielleicht hat unsere Gesellschaft nicht nur Probleme mit Gewalt in Spielen, sondern auch in der Tagesschau? Denn anstatt die richtige Reihenfolge zu befolgen, fordern alle sofort immer das Gegenteil.Und dabei bitte ich zu beachten, dass nicht nur fast jeder Krieg mit einer Lüge begonnen hat. Sondern fast alle anderen Konflikte beruhen auf dem selben Umstand, dass sich viele vor den Karren von wenigen spannen lassen, um die eigenen Interessen umsetzen zu können. Auch das müsste eigentlich vielen klar sein, trotzdem tappen sie immer und immer wieder in dieselbe Falle der verdrehten Tatsachen.Die Diplomatie scheint für viele die Waffe der Schwächlinge zu sein. Für alle, die keine echten Waffen besitzen, nutzen oder einsetzen können. Diplomatie ist so eine Art Weicheier-Fraktion, die ständig diskutieren und das Problem aus der Welt reden will. Dabei ist Diplomatie das genaue Gegenteil. Sie ist die höchste Form der Kampfkunst. Sie ist der Sieg ohne Schwert. Sie ist die Niederlage ohne Blutvergießen. Die Diplomatie ist das Höchste, was der Mensch mit dem Geiste zu leisten im Stande ist. Denn die Diplomatie ist die einzige Form, die sich immer der Gefahr bewusst ist, was passiert, wenn sie nicht funktioniert. Die Gewalt macht sich keine Gedanke darüber. Deshalb beherrschen auch so wenige die Diplomatie. Weil sie den Kopf einsetzt und nicht das Adrenalin oder das Testosteron. Der Mensch neigt aber leider dazu, immer die letzte Option als erstes zu benutzen.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Dienstag, 2. Januar 2007

Der Umkehrschub

Der Weg zum Kunden geht in der klassischen Marketingdefinition immer vom Unternehmen aus. Daraus resultieren auch alle Kommunikationsdisziplinen. Das Mailing geht vom Absender "dem Unernehmen" zum "Empfänger" dem Kunden. Der Fernsehspot richtet sich ebenfalls vom Absender an den Empfänger. Alle Disziplinen in der Welt der Kommunikation basieren auf diesem immer gleichen Prinzip. Da immer gleiche Wege im Laufe der Zeit ausgetreten sind und man keine eigenen Spuren mehr hinterlässt, deshalb haben alle Disziplinen im Laufe der Zeit den Druck erhöht. Die Menge, die Lautstärke, die Aggressivität. Das muss sein, um sich auf dem immer gleichen Weg zu behaupten und durchsetzen zu können. Auch diese Entwicklung bestimmt das Bild aller Kommunikationsdisziplinen. Was zur Folge hat, dass die Medien Klassenunterschiede vorweisen. Das war früher nicht so, sondern da waren Medien ihrer eigentlichen Bestimmung noch zugewandt - den Zielgruppen. Wie bei den großen Parteien, so sind sich die Zielgruppen immer ähnlicher geworden. Somit versuchen alle Medien, die identische Zielgruppe zu bedienen. Diese fehlende Differenzierung hat zur Folge, dass die Produkte auch immer ähnlicher werden und damit auch die Marken. Also klärt sich die Frage in der Kommunikation nur noch über das eingesetzte Budget. Wer viel hat, bekommt wenigstens ein wenig zurück. Wer weniger hat, muss sehen, wie er sich in einer solchen Kommunikationslandschaft überhaupt noch sichtbar macht. Weil es an guten Ideen mehrheitlich hapert, tritt die schlechteste Idee aller Ideen, die nur ein dummer Einfall ist, zunehmend in den Vordergrund: Der Preis. Die Entwicklung verstärkt sich. Aber siehe da, da zeichnet sich ein Umkehrschub ab. Das bedeutet, alle Gesetzmäßigkeiten der klassischen Kommunikation drehen sich einfach um. Wechseln die Richtung. Der ehemalige Absender wird zum Empfänger. Nicht das Unternehmen investiert in Kommunikation, sondern die Zielgruppe. Die Mailings sind plötzlich Mails von der Zielgruppe an das Unternehmen. Alle Disziplinen drehen sich um. Langsam, aber sie tun es. Man muss nur genau hinsehen, dann kann man das erkennen. 55 Millionen Blogs, 100tausende Foren, my sapce, youtube, flickr... Dieser Umkehrschub hat gerade erst begonnen. Deshalb heißt der Marketinggedanke der Gegegenwart nicht: Wie erreiche ich meine Zielgruppe?, sondern: Wie erreicht meine Zierlgruppe mich? Denken Sie mal darüber nach. Und behaupten Sie nachher nicht, es hätte Ihnen niemand gesagt.Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:03

Hauptsache ist für viele Nebensache

Alles hat einen Wert, eine Ordnung, einen Rang. Somit hat alles eine Priorität. So weit, so gut. Klingt einfacher, als es in Wirklichkeit ist. Denn das Problem liegt in dem kleinen Wörtchen "Jeder" begründet. Es gibt nicht nur ein, mehrere oder viele Rangreihen oder Prioritäten, sondern so viele, wie es Menschen gibt. Und jeder will seine entweder verfolgt sehen oder bedient die anderer. Dadurch kommt vieles aus dem Gleichgewicht. Denn es gehört zur gesunden Entwicklung einer Persönlichkeit dazu, seine Prioritäten zu entdecken, kennen zu lernen und diesen letztendlich konsequent und kontinuierlich zu folgen. Aber das bedeutet Anarchie der Persönlichkeiten. Deshalb hat das System verständlicherweise etwas dagegen, wenn sich jeder auf den Weg machen würde, sich selbst zu verwirklichen. Wer verwirklicht dann die Interessen derer, die am berühmten längeren Hebel sitzen? Um hier Nebensachen und Nebenschauplätze in das Zentrum des Interesses aller zu rücken und somit zur Haupsache aller zu machen, gibt es geeignete und sehr gut funktionierende Werkzeuge. Als da wären der Neid, die Eitelkeit, die Missgunst, der Minderwertigkeitskomplex, das Statussymbol, der Konsum und viele wirksame Instrumente mehr. Diese schaffen es, einen Großteil Nebensachen zur Hauptsache zu machen. Wie Statistiken einwandfrei beweisen. Der Mensch geht sogar so weit, dass sein Unrechtsbewusstsein für das Verfolgen von Nebensachen außer Kraft gesetzt wird. Er lässt sich fast lebenslänglich zu einer Art Beschaffungskriminalität hinreißen. Dabei soll der Zweck den Einsatz der Mittel heiligen. Somit ist eine ganze Gesellschaft aus dem wichtigen Gleichgewicht geraten. Weil sie die individuellen Hauptsachen nicht berücksichtig, nicht pflegt und verfolgt. Sondern die Nebensachen in den Mittelpunkt des Interesses aller rückt. Würde man ältere Menschen nicht nur fragen, sondern ihnen auch Glauben schenken, dann wären die wesentlichen Werte als die Hauptsachen ihres Lebens gänzlich andere als die des Rests der Gesellschaft. Und die Augen dafür haben sich auch erst in den späteren Jahren geöffnet. Aber nun ist es zu spät, ein Menschenleben ist nun schon fast rum. Aber was für ein Glück, dass die meisten Menschen wenigstens mit dem richtigen Bewusstsein das Zeitliche segnen. Wäre doch schlimm, wenn diese Nichtigkeiten der Nebensachen diese bis ins Grab verfolgten. Es reicht doch, dass es gerade diese sind, die viele ins Selbige bringen. Gleichgewicht heißt nicht, ins andere Extrem überzuschwenken und nun nur die individuellen Hauptsachen in den Fokus zu stellen. Nein. Sondern die angemessene, passende und augewogene Reihenfolge der

eigenen Prioritäten zu entdecken und zu verfolgen. Deshalb gilt auch hier nicht das Prinzip: entweder oder, sondern: sowohl als auch.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:01

Schlüssel-Schloss-Prinzip

Jeder glaubt, dieses Prinzip zu kennen. Klingt ja auch logisch. Der Schlüssel öffnet eine Tür. Dafür muss er nur im Schloss herumgedreht werden und die Tür lässt sich öffnen. Wenn es der richtige Schlüssel für das richtige Schloss ist. Was bei diesem Bild aber auch zu berücksichtigen ist, ist, dass nicht nur die schönen, wünschenswerten und angenehmen Dinge des Lebens so zum Leben erweckt werden. Nein, auch alles andere, bis hin zu zutiefst Abscheulichem. Dann nennt man es die Büchse der Pandora öffnen. Aber im Prinzip ist dasselbe gemeint. Mit einem Schlüsselreiz kann eine Reaktion bis hin zur Kettenreaktion ausgelöst werden. Der Mensch neigt zu diesen Kettenreaktionen im positiven wie leider auch im negativen Sinne. Der Mensch lernt dabei nie wirklich dazu. Er schreckt nur für eine kurze Zeit zurück. Aber dann benutzt er dieselben Schlüsselreize wieder. Und öffnet ständig Türen, die besser verschlossen blieben.Für die Werbung bedeutet das, nur die positiven Schlüsselreize zu verwenden. Das ist mehr als ratsam. Denn wenn man sich die Geschichte, die ältere oder jüngere, ansieht, dann fällt auf, dass der Mensch zu einer sehr oberflächlichen, vereinfachten und primitiven Wahrnehmung neigt. Auch mit diesem Umstand gilt es angmessen umzugehen. Denn der Mensch macht das nicht aus Absicht, sondern weil die Menge der Informationen nicht gänzlich zu verarbeiten ist. Deshalb baut er Filter, um die Menge zu reduzieren und aus dem Reduzierten das Wesentliche für sich herauszunehmen.Diese Methodik macht sich sie dunkle Seite des Schlüssel-Schloss-Prinzips zu Eigen. Und das sehr wirksam. Je einfacher die Opfer-Täter-Zuordung, je größer der Unterschied zwischen diesen beiden, um so besser die negative gewollte Verbreitung. Aus dieser dunklen Seite der Kommunikation und Wahrnehmung kann die andere sehr viel lernen. Sehr viel. Auch sie muss die Botschaften positiv vereinfachen. Und nur in die richtigen, gewollten Bahnen leiten. Es geht. Sehr gut. Viele negative Beweise zeigen das deutlich. Man muss dieses Prinzip nur für wirklich Erstrebenswertes nutzen, anstatt diese einfache Methodik weiter in falschen zu Händen belassen. (Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Sonntag, 31. Dezember 2006

Bitte!

Nicht zu vergessen, neben dem "Danke", ist das was man selbst will. Die Bestellung für das nächste Jahr, so zu sagen. Ich wünsche mir dass es so weiter geht. Langsam und stetig. Das es reift, wächst und gedeiht. Das die Gleichgesinnten näher und näher zusammen rücken. Einige sich hinzu gesellen. Nicht zu viele und nicht zu schnell. So das man den nötigen und wichtigen gegenseitigen Tiefgang um Hochgefühle erleben zu können überhaupt erreicht. Die Lust die treibende Kraft bleibt und die Last nicht so ins Gewicht fällt. Das die Gedanken weiter fließen können und vor allem über alle Bedenken hinweg. Die ich die Freiheiten weiterhin mehr schätze, als dem Gefühl nach Sicherheit zu unterliegen. Die Neugierde häufiger ein ständiger Begleiter bleibt, als die Versuchung Bewahren zu wollen. Der Mut einen immer wieder Sachen machen lässt die man sich selbst eigentlich nicht zugetraut hätte. Die Liebe das wichtigste Gefühl bleibt. Der schnöde Mammon sich vermehrt in meiner Umgebung zu Hause fühlt und nieder lässt. Und so banal es klingt, aber die Vorraussetzung für alles ist: Gesundheit. Das war's. Das Jahr kann kommen. Ich bin Bestens vorbereitet. Bitte!(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 14:40

Danke!

Torsten,Peter, Holger, Anne, Sebastian, Evelyn, Daniela, Daniela, Daniela, Birgit, Thomas, Thomas, Christoph, Christoph, Heiko, Frank, Patrick, Timo, Markus, Novesia, Bernd, Gerold, Michael... (Misst! Sicher habe ich die Hälfte wieder vergessen. Ihr wisst doch ich kann mir einfach keine Namen merken. Also, Entschuldigung an alle die hier wirklich noch hingehören und die ich aus Unvermögen vergessen habe. Es ist mit peinlich, aber leider nicht zu vermeiden.)Allen Lesern. Allen Kommentatoren. Allen Autoren. Allen Gleichgesinnten. Allen Vorbildern. Allen Kritikern. Und allen denen wir uns aus welchen Gründen auch immer verbunden fühlen. Das war ein sehr gutes Jahr. Das Geburtsjahr des note-blog. Das Jahr des ersten Buches, des noteblogbook2006. Ein Jahrgang den wir so schnell nicht vergessen werden. Eine schneeweiße Perle auf meiner Lebenskette. Und das vor allem durch Eure Unterstützung. Ihr wisst das nicht und empfindet das nicht so. Aber es ist so. Nichts von dem was ist, wäre so wenn es euch nicht gäbe. Deshalb, mein Dank an Euch.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 11:59

Samstag, 30. Dezember 2006

2007

Neues Jahr, neues Glück. Eigentlich ist der Jahreswechsel eine rein numerische Angelegenheit. Aber wie allen numerischen Aspekten kann man denen auch einen positiven und zugleich emotionalen Aspekt abgewinnen und zur Seite stellen. Wie man einen neuen Tag beginnt, mit einem neuen Gedanken. So ist ein neues Jahr wie ein neuer Tag. Nur das an diesem gleich 365 weitere Tage hängen. Eingepackt in 12 Monate und 4 Jahreszeiten. So kann einem schlechten Jahr ein gutes folgen. Einem guten ein weiteres. Oder ein fantatstisches. Ein ganzes. Denn es liegt wie eine unberührte, schneebedeckte Wiese vor einem. Man kann einen guten und schönen Schnitt machen. Wenigstens in Gedanken. Aber all den schönen und gut gemeinten Vorsätzen und Hoffnungen folgt meist eine sehr nüchterne Realität. Der 1. Januar ist fast genau so wie der 31. Dezember, außer dass er mit einem tierischen Kater beginnt. Kein guter Tag, um seine eigene Welt zu verändern. Später. Und schon ist es wieder vorbei. Das Jahr, die Chance. Und so heißt es wieder: neues Jahr, neues Glück.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Freitag, 29. Dezember 2006

Neues Jahr. Neues Glück. Netto bleibt schon wieder weniger.

Ich habe mir das neue Jahr genau angesehen. Und konnte keine Unregelmäßigkeiten entdecken. Die Jahreszeiten verschieben sich leicht nach hinten. Bleiben im Großen und Ganzen aber bestehen. Die Monate sehen identisch aus wie die Jahre zuvor. Auch hier hat sich an der Reihenfolge nichts geändert. Die Feiertage liegen auch schon fest. Ebenso verhält es sich mit den Wochentagen. In allen 54 Wochen fängt die Woche mit Montag an. Die Werktage enden am Freitag. Und die Wochenenden heißen alle Samstag und Sonntag. Sommerzeit an. Sommerzeit aus. Eigentlich ist das ganze Jahr bis auf die letzte Sekunde schon durch geplant. Oder sollte man besser sagen verplant. Denn ca. 30% werden wir schlafen. Das sind 109,5 Tage. Dann werden wir ca. 67 Tage arbeiten. 17 Tage werde ich auf dem Weg zur Arbeit sein oder von der Arbeit nach Hause. 15 Tage werde ich bloggen. 15 Tage werde ich essen. Und ganze 5 Tage werde ich auf dem Klo sitzen. Dem gesellen sich 6 Tage in Supermärkten hinzu. Ganze 7 Tage bringe ich auf deutschen Autobahnen zu, auf dem Weg zu Kunden. 2 Tage stehe ich an der Tankstelle. Zudem kommen ganze 14 Tage, die ich am Telefon hängen werde. Ca. 2,1 Tage werde ich Fußball sehen. Und ganze 8 Tage verbringe ich im Bad. Somit sind 267,6 Tage schon mal verplant. Da bleiben noch 97,4 Tage übrig. Das ist doch was. Knapp 100 Tage, in denen ich fast oder so gut wie, tun und lassen kann, was ich will. Da müssen meine Kinder rein und meine Frau, meine Freunde, meine Familie und einige Bekannte und neue Bekanntschaften. Und da müssen meine weiteren Interessen, Neugierden und anderen Leidenschaften rein. Das wird knapp. Sehr knapp. Vielleicht verrinnt deshalb die Zeit immer schneller und schneller, weil immer weniger "Netto" übrig bleibt.Dabei habe ich die sinnlosen Stunden vor dem Fernsehen mal nicht dazu gezählt. Aus gutem Grund. (Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 10:17

berge 7: marmolata, dolomiten

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 01:31

berge 6: rosengarten, dolomiten

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 01:28

flora 11

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 00:09

flora 10

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 00:08

flora 9

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 00:06

flora 8

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 00:01

Donnerstag, 28. Dezember 2006

berge 5: vorderrieß

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 23:59

berge 4: vorderrieß

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 23:57

berge 3: vorderrieß

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 23:49

Mittwoch, 27. Dezember 2006

Berührt

Anlässlich des Konzerts zum 70. Geburtstag des Israel Philharmonic Orchestra, dass live von Arte übertragen (26.Dez) wurde. Wurde ich völlig überwältigt vom Klavierkonzert Nr. 5 von Ludwig van Beethoven. Das Unglaubliche an der Darbietung war, dass kein Geringerer als Daniel Barenboim am Flügel saß. Als Dirigent stand Zubin Mehta am Pult. Die Geschichte dieses Orchesters. Des Staates Israel. Von Zubin Metha, der dieses Orchester schon so lange begleitet, und dann auch noch Barenboim und Beethoven und das alles zu Weihnachten! Das war zu viel für meine kleine Seele. So saß ich da: überwältigt, gerührt, berührt, bewegt, und Tränen waren auch dabei. Mir fehlen die Worte für ein solches Erlebnis. Danke.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:01

Montag, 25. Dezember 2006

flora 8

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 18:14

flora 7

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 18:11

flora 6

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 18:03

flora 5

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 18:00

flora 4

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 17:56

flora 3

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 17:54

flora 2

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 17:50

flora 1

Geschrieben von Peter von Felbert in Flora um 17:47

münchner lieblingsorte 46: starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:35

münchner lieblingsorte 45: starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:33

münchner lieblingsorte 44: starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:29

münchner lieblingsorte 44: starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:26

münchner lieblingsorte 43: starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:24

münchner lieblingsorte 42: starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:22

münchner lieblingsorte 41: starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:19

frohe weihnachten an alle freunde des note blogs

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 17:12

Freitag, 22. Dezember 2006

Am total falschen Ort. Zur unglaublich falschen Zeit.

Mal ehrlich, gibt es einen Moment, der diesen gut gemeinten Rat besser trifft als dieser. Und ihm gleichzeitig seine Grenzen aufzeigt? Ich glaube kaum.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 11:46

Das Internet ist eine Kugel - Keine Scheibe

Auch auf die Gefahr hin, dass ich nun auf dem internet, Scheiterhaufen der gescheiterten Gescheiten ende. Aber in vielen Begegnungen und Gesprächen bemerke ich immer noch die große Ungläubigkeit und Unwissenheit gegenüber dem Internet. Man kann mich in Sachen Internet getrost als Laien bezeichnen. Immer wieder habe ich große Fragezeichen in meinem Gesicht, wenn andere über das Internet sich austauschen. Aber ich halte meine Klappe und höre zu. Weil ich mir denke - Input - Input - Input. Lerne, lerne, lerne. Alles, was ich kann und bin, habe ich gelernt und abgeguckt. Warum sollte ich meine Überlebensweise an diesem Punkt ändern? Bis heute bin ich ganz gut gefahren damit. Andere Menschen, viele andere, sehen im Internet die Gefahr. Das Grauen und den drohenden Untergang. Risiken über Risiken. Und dazu auch noch Massen von Unwegbarkeiten. Und diese Menschen warnen und tragen einen geistigen Keuschheitsgürtel. Und beten ihre alten Götter an. Das Internt ist für viele der Dämon. Unkontrollierbar. Wild. Hexenwerk. Dem, was man nicht kennt und nicht versteht, nähert man sich nicht auf leisen Pfoten, sondern man verteufelt es. Somit steht man bei Gesprächen über das Internet oft einer Art katholischen Kirche des Mittelalters gegenüber. Die ihre Weltanschauung noch aufrecht erhält, wenn alle Welt sich schon weit weg davon entwickelt hat. Es ist beängstigend, wie Veränderung und Wandel immer ins Dunkle gezogen werden. Kiffer sind eigentlich schon Drogentote. Langhaarige sind Individuen, die man nicht resozialisieren kann. Scheidung heißt, sich aus der Bürgerlichkeit zu katapultieren. Menschen mit Handicap werden als krank angesehen. Aids betrifft Schwule. All diese Mengen so unglaublich dummer Annahmen machen mich traurig. Denn es hält schon so lange an, dass die Veränderung verteufelt wird. Und Menschen, die sich vor anderen verändern, werden natürlich in diese Ecke gedrängt . Negermusik hören. Frauen, die kurze Röcke tragen, sind doch selber Schuld, wenn ihnen was passiert.

Das Internet wird das Verständnis für Demokratie im eigentlichen und positiven Sinne auf unserem Planeten nachhaltig verändern. Es wird da entmachten, wo Demokratie missbraucht wird. Es wird da beflügeln, wo Demokratie gewollt ist. Demokratieverständnis ist kein Dogma, wie das der Religion. Sondern Demokratie gehört nicht den Mächtigen, sondern allen. Und genau davor haben die meisten Angst. Was ist, wenn alle ihre demokratischen Rechte einbringen, ausüben und geltend machen?

Das Internet ist der demokratische Wandel in eine Zukunft, die das ertragen muss. Denn es kann viel schlechter werden. Oder viel besser. Aber es wird anders werden. Und da ich ein positiver Mensch bin, freue ich mich auf das Anders.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Das Agentur-Taxi bitte!

Früher. Viel früher. Sehr, sehr viel früher. Waren Agenturen wie Leasingautos. Schöne, große, komfortable Leasingautos. Heute sind Agenturen in der Regel Taxis. Der Unterschied ist frappierend. Denn die Agentur wird in der Neuzeit nur noch genau für den Zeitpunkt bezahlt, wie man ein Taxi bezahlt. Bitte kommunizieren sie uns von A nach B. Das war's. In der Zwischenzeit steht die Agentur dumm herum. Und hofft, dass ein Kunde einsteigt. Wie diese Massen von Taxis an Flughäfen. Um den nächsten Gast dann nur bis zum Hotel um die Ecke chauffieren zu dürfen. 7,50 € für 4 Stunden Wartezeit. Berufsrisko werden da die Nutznießer sagen. Berufskrankheit meine ich.

Denn es kommt noch schlimmer. Dass eine Taxifahrt 70 € kostet, das hat jeder akzeptiert. Die werbungtreibenden Kunden treiben es aber noch bunter. Die wollen nicht mal mehr das Agentur-Taxi zahlen, sondern rechnen sich aus, was die Strecke wirklich netto kostet. Und siehe da, die kommen auf einen viel niedrigeren Preis. Benzin für 100 Kilometer, das muss reichen. Also gibt es für Agentur-Taxis 12,50 € für eine Strecke, die eigentlich 70 € kosten würde. Würde?!

Selber schuld sagen die Nutznießer, wenn ihr eure Leistung nicht besser verkaufen könnt. Selber schuld sage ich. Denn so wie es aussieht, sind auf Dauer nicht die Agenturen die Verlierer, sondern vor allem die Werbungtreibenden. Denn mal ehrlich, was glauben die, was die bekommen für 12,50 €? Nur weil man keine Ahnung von Wein hat, glauben ja auch viele, dass sie für 4,90 € einen super Bordeaux trinken. Glauben. Andere wissen es besser.

Die Frage ist nur, wie schafft man es vom Agentur-Taxi zum normal bezahlten Agentur-Taxi zu werden oder sogar wieder den Status eines Agentur-LeasingAutos zu erreichen? Antwort: Geduld! Die Zitronen sind gepresst. Die Controller drücken gerade die letzten Tropfen aus bestehenden Ressourcen. Und dann ist schluss. Wer nichts säht, kann nichts ernten. Das Angebot lüftet sich. Die Nachfrage erholt sich. Dann kommt der erste zu seinem Agentur-Taxi und fragt: Bringen Sie mich bitte für 12,50 € zum Kommunikationsziel B? Und der Agenturmensch antwortet: Entschuldigung, kein Interesse. Das ist kein Taxi das ist ein Leasingfahrzeug und ich warte auf meine Kunden, da kann ich Sie unmöglich weiter bringen. Das müssen Sie einfach verstehen. Die Zeiten ändern sich. Auch für Sie.(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

3 Wünsche gehen für unsere Kunden in Erfüllung

1. Ideen

Wir verkaufen nicht in erster Linie aufwendige Werbemittel- und Maßnahmen, um unser Income so profitabel wie möglich zu gestalten. Sondern wir verkaufen in erster Linie Ideen, mit denen man gesteckte Ziele erreichen kann. Somit konzentrieren wir uns auf Lösungen und nicht auf Aufwand.

2. Schnell

Weil wir uns in allen Bereichen auf das Wesentliche reduziert haben und weiterhin reduzieren werden, sind wir schneller. Was man nicht dadurch vergeuden sollte, dass man Zeit absichtlich verstreichen lässt, sondern früher an Ideen ist. Und damit einen großen Umsetzungsvorteil hat, der sich auf alle wesentlichen Aspekte positiv auswirkt, auf die Qualität und den Preis der Umsetzung. Wer spät dran ist, hat hier keine Optionen mehr. Und weil wir immer früher dran sind, können wir ein großes Potential heben und gemeinsam daraus schöpfen.

3. Direkt

Der beste, schnellste und effektivste Weg ist der direkte. Darum erreicht man uns direkt, wir kommen direkt zur Sache und sind direkt auch schon mal da. Alles, was auf geradem, direktem Wege verläuft, beschreiten wir, setzen wir ein und fördern wir. Die direkte Absprache, den direkten Austausch und die direkte Abstimmung. Mit dieser direkten Art schafft man das fruchtbarste Umfeld für das Wichtigste: Die Idee.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 06:50

Donnerstag, 21. Dezember 2006

Jüngling - Krieger - Häuptling - Weise

Das sind eigentlich die 4 Lebensphasen des Mannes. Der Übergang von der einen in die andere Lebensphase ist immer mit Brüchen, Erneuerung und Veränderung verbunden. Unser System berücksichtigt dies aber nicht. In unserem derzeitigen Gesellschafts-Modell funktionieren wir durchgehend, gleichbleibend. Wir haben uns selbst zu einem Werkzeug gemacht, statt die Werkzeuge für unsere Interessen zu nutzen. Längst drängeln, nötigen und überfordern uns die Entwicklungen, die wir selbst ins Leben riefen.

Fehler machen. Naiv sein. Ausprobieren. Grenzen kennen lernen. Alles das, was die wichtigen Aspekte der Lebensphase des Jünglings ausmachen, ist nicht gefragt. Er muss sofort funktionieren. Und steht von 0 auf 100 unter Leistungsdruck. Treiben lassen. Lust am Lernen. Der eigenen Neugierde folgen. Alles das wird verschüttet durch die Vorbereitung auf ein System, das eigentlich nicht unserer Natur entspricht.

Kämpfen. Durchsetzen. Überwinden. Durchhalten. Aushalten. Folgen. Ertragen. Erringen. Die Phase des Kriegers ist die einzige, die vom System noch genutzt wird. Leider nur für die falschen Ziele. Nämlich nur für materielle und numerische Ziele. Nicht für ideelle und emotionale. Das Ergebnis kennen wir alle. Die Gemeinschaft zerbricht an der Konsumsucht.

Des Kampfes müde. Den Überblick gewonnen. Das Führen und Geleiten entdecken. Das sesshaft Werden. Zur Familie kehren. Die Waffen niederlegen. Des Reisens müde geworden. Lieber das Steuern übernehmen.

Den Sinn entdeckt. Die innere Ruhe gefunden. Das Gleichgewicht hergestellt. Auf sich besinnen. Das Machbare erkennen. Sich reduzieren wollen. Die Konzentration dem Wesentlichen widmen.

Alles das ist außer Rand und Band. Nur wenige finden einen Weg, diese Übergänge zu meistern. Die jeweiligen Phasen auszuleben. Es ist uns in dieser Zeit nicht vergönnt. Denn wir haben uns selbst instrumentalisiert. Und welche Phasen durchleben Werkzeuge? Welche Seele quält oder erfreut sie? An welcher Liebe zerbricht ein Computer? Oder wann läuft es der Festplatte heiß und kalt vor Liebe den Rücken herunter? Diese Lebensphasen sind in uns. Und sie sind sehr alt. Aber wir müssen diese mit uns selbst klar machen. Was vielen nicht gelingt. Die Fragen nach dem Warum bleiben. Die Antworten nach dem Wie gibt es nicht. Wir haben uns zu automatisierten Sklaven unseres eigenen Fortschritts gemacht.

Unsere Vorbilder sind schon längst nicht mehr aus Fleisch und Blut. Sondern sind entweder Statussymbole technischer Art oder künstliche Lebenformen, wie Schauspieler, Sänger, Bands und Stars oder Sternchen aller Art. Warum schickt die Arbeitswelt 52-jährige Krieger in eine Schlacht, in der diese nur schlecht aussehen können? Anstatt ihre natürlichen Fähigkeiten zu nutzen. Und wer hört den Weisen zu? Kaum jemand. Die verschwinden aus dem Bild der ewig jungen Gesellschaft. Wir haben den natürlichen Verlauf unserer Entwicklung unterbrochen und wundern uns über das, was passiert.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:31

Antrieb

Eigentlich ist es völlig egal, was man macht und vor allem für wen. Letztendlich muss man es für sich selbst tun. Denn alle anderen reichen bei weitem nicht aus, um als notwendiger Antrieb zu dienen. Da kann man machen, was man will, beteiligen, integrieren, informieren und motivieren. Alles hält immer nur genau so lange, so lange man selbst den Hampelmann macht. Dann kann man es auch lassen. Und sich auf sich selbst konzentrieren.

Der Antrieb des Menschen ist nun mal stark gefärbt vom Eigennutz. Ohne diesen bleibt nicht viel bis gar nichts. Also nichts, für das es sich wirklich lohnt, was zu riskieren. Warum ist das so? Ich weiß es nicht. Die Gründe, nur seinen eigenen Nutzen zu verfolgen, gehen viel tiefer, als es mir klar ist.

Ich bin da noch so ein Gemeinschaftsromantiker. Das kann man lassen und ist eher lächerlich. Oder man macht es richtig und konsequent. Nicht so kleinlich und halbseiden. Wenn man schon was für die Gemeinschaft tun will, dann auch ordentlich. Und nicht ständig für Menschen, denen eigentlich alles egal ist, Hauptsache einer zahlt die Rechnung.

Und das sind in der Regel sie selbst nicht.

Schade. Aber auch schön. Denn das Schöne an dieser Entdeckung ist, dass man alles genau so machen kann, wie man will. Und auf nichts und niemanden Rücksicht nehmen muss.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:29

Mittwoch, 20. Dezember 2006

Buffalo

In Ilanz überqueren wir den Vorderrhein. Wir lesen: 20 km Vals. Es schneit unglaublich fein. Die Bäume, es sind Tannen, sind als solche bald nicht mehr erkennbar. Ihre Konturen heben sich gegenseitig auf. Dahinter der Hintergrund, der aber gegen den Vordergrund kaum mehr auszumachen ist. Der Wald, der Berg, die Schlucht – alles beginnt imaginär zu werden. Das Reale, verdammt Reale, ist die Straße, und ich fühle wie diese Straße die Welt um uns herum vergessen macht. Wir sind gewarnt. Einige Male schon schlingerte der Wagen bedenklich hin und her. Die Straße führt uns immer fort durch Tannenwald. Ich sehe die Bäume. Sie sind groß, und so dicht an der Straße stehend kommen sie mir jetzt noch größer vor. Ein Schleier aus Schnee verbindet die Bäume über die Straße hinweg. Die Straße war frei gewesen. Die Glätte verbirgt sich jetzt unter dem neufallenden Schnee. Ich vermeide es, allzu schnell zu fahren. Ganz allmählich legt sich die Dunkelheit über den Wald und über die Straße und über den Talgrund rechts der Straße und über den darin fließenden Valserrhein. Das, was vom Tageslicht übrig geblieben ist, verwandelt die Welt. Verzaubert schön der Weg, der vor uns liegt, die Bäume schemenhaft, und der im Scheinwerferlicht gelblich aufleuchtende Schnee. Die Schönheit der Straße steht im Kontrast zu den Schwierigkeiten, die wir mit ihr haben. Ki fürchtet sich und hält ihren Sitz fest umklammert. Die Langsamkeit talwärts fahrender Wagen zeigt mir jedes Mal die Vorsicht ihrer Fahrer an; und die greller werdenden Lichter aus dem Nichts, die wachsende Dunkelheit. Aber Wagen kommen nur selten das Tal herab. Dann Tanz der Flocken im Scheinwerferlicht. Kratzspuren auf vergilbter Fotografie. Aber es sind keine Kratzer und es ist keine Fotografie. Vor uns ein vollkommen irdischer Weg. Ein Licht aber auch, als ob dieses Stück Welt jeden Moment von der Bildfläche verschwinden könnte. Hinter uns schon Dunkelheit. Nirgends das Licht eines uns nachfolgenden Fahrzeugs. Ich versuche ein Gefühl für die Strecke zu bekommen. Die Straße ist ganz unterschiedlich breit. Die engten Stücke führen um Bergnasen herum oder über Einschnitte im Fels, über die man schmale Brücken, mal aus Holz mal aus Stein, gebaut hat. Der Weg führt keinesfalls ständig hinauf. Die Linke am Steuer, die Rechte am Schalthebel, immer bereit die Automatik auf den nächst kleineren Gang zu tippen und den Motor für uns bremsen zu lassen – je nachdem wie abschüssig die Passage gerade ist – versuche ich die Kontrolle über mich und den Wagen zu behalten. So gehen ganz lange Sekunden vorbei. Mir kommt es vor, als bewegten wir uns gerade noch wie eine Schildkröte, die sich nur einmal in der Stunde regt. Und noch zehn Minuten bis Buffalo. Meine Gedanken haben sich inzwischen selbständig gemacht; gehen rückwärts, während wir uns nach vorne quälen. Schon spielen sie mit der Möglichkeit zu wenden; das Heck voran den Berg hinauf. Oder den Rückzug antreten und es mit neuem Schwung versuchen. Sehen, hören, sagen, denken. Alles zur gleichen Zeit. Um uns herum weiter lange nichts. Das Nichts ist die Dunkelheit, in dem ein erleuchtetes Haus am Straßenrand schon zum Ereignis wird. Mein Kopf assoziiert: Haus – Häuser – Dorf. So eilen meine Gedanken voraus: ganz weit hinten im Tal, da wo diese Straße ein Ende haben wird – das ich mir im Stillen rascher herbei wünsche – dort soll es ein Dorf namens Vals geben, dem ein berühmter Architekt ein Felsenbad entworfen hat, das diesem unscheinbaren Graubündner Flecken zu einem in aller Welt leuchtenden Ansehen verhilft; eine Vision während ich gleichzeitig mit der Straße bemüht bin. Minütlich versichere ich mir, dass unser Wagen auf Winterreifen fährt. Wiege mich in Sicherheit. Ki mag nicht in die Schlucht hinunter blicken; tut es aber doch. Ich kann nicht sagen, was sie sieht. Vielleicht nichts. Sie sagt nichts. Ich sage, dass es besser gehen würde mit Vorderradantrieb, als unser Wagen wieder und wieder auszubrechen droht. Ich versuche eine bessere Spur zu finden. Eine Spur, die mehr Halt geben würde. Ich halte nach links auf den Berg zu, weil ich dunkle Rinnen, Fahrspuren ausmachen kann. Vielleicht die Straße, der Asphalt, vielleicht Splitt. So schlingern wir weiter. Immer ein paar Meter weiter hinauf. Mir kommt es so vor, als sei es fast sinnlos. Viel zu glatt. Es ist nicht zu verleugnen, dass wir immer langsamer werden. Und als ob Worte helfen würden, sagen wir: Komm! Komm! Weiter! Noch ein Stück! Weiter! Weiter! Weiter! Bis zum nächsten Tunnel, zur nächsten Galerie! Zum nächsten schneefreien Stück! Komm! Komm! Das wird knapp! Um immer drehen die Räder durch. Die Kraft, die nicht nach vorne treiben kann – sie drückt das Heck zur Seite weg. Die Nadel des Tourenmessers – sie fährt bei jedem Druck aufs Gaspedal wie erschrocken hoch und fällt im nächsten Augenblick, ohne Pedaldruck, jäh zurück. Jetzt vor uns, fest im Blick, der Tunneleingang. Nur wenige Meter fehlen uns noch. Das wird knapp, sage ich. Komm! Komm! Und immer drehen die Räder durch. Man könnte auch wirklich verrückt werden dabei. Und noch fünf Minuten bis Buffalo. Doch jetzt geht alles ganz schnell: Ich sehe die Distanz sich verringern. Ich höre den Motor sich quälen. Ich sage unsere Komm-Weiter-Komm-Beschwörungsformel noch einmal auf. – – – Und eben kommt einer aus dem Tunnel heraus, und wir gerade noch hinein, und unter uns endlich fester Grund, und die Kraft, die uns nach vorne schießt. – – – Dieses Mal war es nicht das Ende des Tunnels, denke ich. Es war der Anfang. Geschafft, sagen wir froh; heilfroh. Dann, im Tunnel, nehmen wir noch einigen Schwung. Es kommt mir wie ganz tief durchatmen vor. Wir brauchen Anlauf für das letzte Stück Weg. Den letzten Anstieg vor dem Ziel. Noch zweimal um Kehren herum. Zwei letzte Minuten bis Buffalo…

Geschrieben von in Weite Welt um 20:06

Nichts bleibt, wie es ist

Und das ist schön so. Jeder Versuch, die Zeit anzuhalten, ist zum Scheitern verurteilt. Alles ist im Fluss. Auch wenn man es offensichtlich nicht wahrnimmt. Aber der Wind der Entwicklung trägt Sandkorn für Sandkorn weiter. Ob wir das wollen oder nicht. Deshalb ist jeder Versuch, etwas zu organisieren, ein vorübergehender Zustand. Wie oft unterliegt der Mensch dem Irrtum, dass er sich um etwas nicht mehr kümmern muss. Das unglaublich Positive an diesem Umstand ist, dass auch alles vorüber geht. Das gilt es zu sehen. Die Veränderung macht dem Menschen aber noch immer Angst. Obwohl er dieses Symptom seit jeher beobachten kann. Trotzdem unterlässt er keinen Versuch, sich diesem Naturgesetzt entgegenzustellen. Mit aller Gewalt. Mit aller Macht. Gott, wie dumm. Das Schönste am Leben ist die Vergänglichkeit. Denn sie schenkt uns das Schönste und Kostbarste - immer wieder neue Momente. Warum will das der Mensch verhindern und lieber gegen das eintauschen, was er schon kennt? Wenn der Mensch könnte, würde er sogar das Drehen der Erde beenden. Den Mond immer an dieselbe Stelle am Himmel stellen. Die Sonne auch. Ein Glück ist der Mensch machtlos, wenn es um Naturgesetze geht, es wäre unglaublich langweilig auf der Erde.

(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:46

Ich nehme mir ein größeres Stück vom schönsten Kuchen der Welt - Freiheit

UMTS-Breitband-Karte für den Laptop. Über 4 Mbit/s Download. Upload auch mehr als erträglich. Handy dazu. Das war es. Wie Sascha Lobo schon treffend formuliert: Wir nennen es Arbeit. Da sitzen wir irgendwo an Plätzen, die uns weitaus mehr inspirieren als die meisten Büros. Sind überglücklich, dass wir alles haben, nur keine Festanstellung. Nichts zwingt uns. Von der Lust getrieben. Und machen genau das, was wir wollen. Allein und/oder gemeinsam. Das mit großer Leidenschaft. Heraus kommt so viel mehr als ich selbst erwartet habe. Die Entwicklungen kommen meinem Ansinnen immer näher. Aus Lebensqualität und Arbeitsqualität ein und dieselbe Sache zu machen.

(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:42

Dienstag, 19. Dezember 2006

So wie sein Gesichtsausdruck würde ich mich gerne fühlen

Es ist so unglaublich wichtig, egal was ist, alles zu unternehmen selbst maximal zufrieden zu sein. Wenn Du von dir selbst überzeugt bist dein Bestes gegeben zu haben, dann kann man ganz beruhigt darauf einen lassen was ist. Dann kann auch für andere wenig, für einen selbst sehr viele sein. Und anders herum. Er sieht in diesem Moment so aus, als ob ihm das in diesem Moment gelunge ist. Das kann ich nicht behaupten, aber ich arbeite daran.

Es ist so unglaublich wichtig, egal was ist, alles zu unternehmen selbst maximal zufrieden zu sein. Wenn Du von dir selbst überzeugt bist dein Bestes gegeben zu haben, dann kann man ganz beruhigt darauf einen lassen was ist. Dann kann auch für andere wenig, für einen selbst sehr viele sein. Und anders herum. Er sieht in diesem Moment so aus, als ob ihm das in diesem Moment gelunge ist. Das kann ich nicht behaupten, aber ich arbeite daran.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 18:00

An alle die Schwarz sehen

Es gibt auch nicht wenige die sehen Rot. Wiederrum wollen einem einige etwas Weiß machen. Oder das Blaue vom Himmel erzählen. Grün sind welche hinter den Ohren. Braun im Kopf. Das Gelbe vom Ei ist das oft alles nicht. Das blaue Wunder darf man hin un wieder auch erleben.Und Gelb wird man vor Neid. Jeder weiß das nicht alles Gold ist was glänzt.Wobei Nachts alle Katzen grau sind.Viele das Leben lieber durch die rosa Brille bereachten. Der Silberstreif am Horizont endlich auftaucht. Deshalb mein Fazit an alle die alles Schwarz sehen, treibt es lieber Bunt.

(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:02

Vorher sehen können, was nachher dabei raus kommt

Nur wenige Menschen können eine Idee in allen Parametern ihrer vollkommenen Beschaffenheit durchdenken. Das ist wie bei Bobfahrern, die in Gedanken die gesamte Strecke vor ihrem inneren Auge abfahren können. Das muss auch nicht jeder können. Oftmal ergänzen sich bestimmte Menschen so gut, dass sie gemeinsam diese Vollkommenheit zusammen bringen. Aber die meisten Menschen begegnen den Dingen des Lebens eher zufällig. Sie setzen sich mit einer Situation erst auseinander, wenn sie dieser wie aus heiterem Himmel begegnen. Im Job bedeutet das, sie stolpern von Problem zu Problem bis am Ende das heraus kommt, was die Bewältigung der Probleme zugelassen hat.

Das ist die Regel. Deshalb erscheint uns vieles nicht durchdacht. Die Qualität als schlecht. Ein Großteil der Dinge und Zustände, die uns umgeben, sind so enstanden. Sie sind nicht mehr und nicht weniger die Summe der bewältigten Probleme. Aber nicht das Ergebnis einer durchdachten Lösung, die am Ende in Wirklichkeit der Vorstellung gleicht wie ein Ei dem anderen.

Dieser Zustand ist meist nicht änderbar. Denn er ist ein fester Bestandteil unseres Denkens und Handelns. Wir können weitesgehend nicht präventiv denken und handeln. Und die wenigen, die das können, werden nicht gehört. Denen glaubt man nicht. Und die kommen selten zum Zuge. Denn beide Denkansätze, der Lösungsansatz und der Problemansatz, werden von denselben Menschen beurteilt. Und die können nicht aus ihrer Haut. Die Lösung macht ihnen sogar angst. Sie befürchten, dass es einen anderen Weg gibt als denjenigen, den sie sich selbst vorstellen können. Verlustangst macht sich breit. Darum funktionieren die Systeme nur Nebeneinander.

Miteinander wird einer immer der Leidtragende sein. Denn was den einen total überfordert, unterfordert den anderen ebenso gewaltig. Was zu großen Spannungen führt und deren regelmäßige Entladung. Deshalb kann ich nur jedem raten, auf seiner Seite zu bleiben. Und sich mit Menschen zu umgeben, die man auf seiner Seite haben will. Alles andere kostet viel Geld, viel Nerven, viel Zeit und führt zu gänzlich unbefriedigenden Ergebnissen.

Das ist so, als ob man in ein Restaurant geht. Der eine macht sich schon vorher Gedanken darüber, welche Art von Hunger und Appetit er hat. Ob Fisch oder Fleich. Welcher Wein. Und alles andere. Er sucht nichts mehr, wenn er ins Restaurant geht. Er findet nur noch. Das geht ratzfatz. Der andere Typus Mensch, dem wird erst im Restaurant bewusst, dass er in einem Restaurant ist. Ab jetzt begegnen ihm eine Reihe von Problemen, die er so gut löst wie er kann. Der Kellner fragt nach einem Getränkewunsch:"Ach ja, was trinke ich denn? Muss ich noch fahren? Weiß oder rot? Was bestellt das Gegenüber?" Das Problem: Der Kellner und alle am Tisch warten, er muss sein Problem jetzt in einem gewissen Zeitfenster lösen. Das macht er dann auch, aber bestellt er genau das, was er wollte? Das nächste Problem naht. Die Getränke kommen und der Kellner steht schon wieder da. Und erwartet die Bestellung. "Habe ich Hunger? Och, es geht so. Auf was habe ich denn Appetit? Was kostet das denn hier? Gibt's eine Tageskarte?" Und so weiter. Für beide Persönlichkeiten sind diese Vorgänge völlig normal. Der eine hat alles schon zuvor durchdacht. Der andere hangelt sich von Problem zu Problem.

Von wem würden Sie sich ein Haus bauen lassen? Von wem würde Sie lieber ihre Marke betreuen lassen? Von wem würden Sie lieber ein Event organisieren lassen? Diese Frage klingt nur vordergründig einfach. Denn die meisten fühlen sich in Gegenwart vom Problembewältiger viel wohler. Denn das liegt dem eigenen Naturell viel näher. Dem Lösungstypen muss man nämlich glauben und vertrauen können. Und dafür fehlt in der Regel einfach der Mut. Deshalb sind wir weitestgehend eine Gesellschaft der Problemstolperer. Na und? Fällt doch fast keinem auf.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Die Schiffschaukel

Die meisten Probleme, die im Laufe eines Jobs auftauchen können, sind menschlicher Natur. Das ist nur all zu menschlich. Und zugleich typisch Mensch. Weil man nicht Teil des oder eines Problems sein will und zudem auf keinen Fall an irgendetwas Schuld sein will, schaukeln sich die negativen Gefühle hoch. Meist verstärkt durch die Gruppendynamik, die das Hochschaukeln erst richtig hochschaukelt. Somit machen sich die negativen Gedanken selbstständig und verstärken sich. Was wie gesagt vom nahen Umfeld noch angheizt wird. Diese Konstellationen ist der Boden, auf dem Fehler vorprogrammiert sind.

Da heißt es abkühlen und zurückrudern. Denn in der Regel schwappt dieses gefährliche Stimmungsgebräu auf alle Beteiligten über. Auf die Lieferanten, auf die Kunden. Und dann wird es erst richtig gefährlich. Und immer daran denken: Mit der Sache hat das nichts zu tun. Sondern nur mit der rasant anschwellenden negativen Emotionswelle.

Das muss man erkennen und stoppen, bevor es zu spät ist. Denn dann ist in der Regel alles zu spät. Und der Job geht den Bach runter. Es gilt immer die Konzentration auf die Sache zu konzentrieren und dabei alles genau auf das optimale Ergebnis zu reduzieren, keine Nebengeräusche und Nebenwirkungen zuzulassen.

Die Schiffschaukel der negativen Emotionen in eine der positiven umzuwandeln. Also wenn ihr euch fragt, warum die Stimmung auf einem Job übel ist, dann schaut euch an und geht mal davon aus, dass ihr selbst die Schaukel bremsen müsst. Und zwar schnell. Denn der Druckteufel und der Fehlerhansel sind meistens ein Produkt der falsch geleiteten Einstellung. Das spürt man. Als ob die Milch anbrennt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Montag, 18. Dezember 2006

blue notes

Als Blue Notes bezeichnet man alle Noten, die nicht auf dem Notenblatt stehen. Die aber z.B. der Jazz-Pianist spielt. Das sind die vielen Noten, die er improvisiert, die dem Stück sein Leben einhauchen. Es sind nicht nur die Zwischentöne, es sind genau die Töne, welche die Interpretation unverwechselbar machen. Es verleiht ihm die Note. Den Charakter. Den Stil. Das Gesicht.

Als ich mir den Kopf darüber zerbrochen habe, welchen Namen meine Agentur tragen sollte, habe ich mich auch aus diesem Grund für note entschieden. Obwohl natürlich auch meine Liebe zu Jazz seinen Teil dazu beigetragen hat. Und das ich das Logo immer cool fand. Was ist schon Hintze Werbeagentur gegen note Advertsing dachte ich mir. Ich wollte beim Anblick meines Firmennamens, meines Firmenlogos jedes Mal eine positive Assoziation in mir auslösen. Das ist so, als ob man Helmut getauf wird und eigentlich lieber Steve heißen würde, wegen Steve McQueen. Hat man die Chance dazu, und bei der eigenen Firma ist das so eine Chance, kann man doch nicht noch so eine Hinz & Kunz Werbeagentur an den Start gehen lassen.

Somit heißt meine Agentur note, weil es cool ist und weil es einen Sinn ergibt. Was will man mehr?

Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 07:03

Das Ende naht

Nicht wie ihr denkt, von wegen Zeugen Jehovas. Nein. Sondern die Welt der Werbung ist eine Scheibe. Und am 31. Dezember haben wir alle den Rand dieser erreicht und fallen hinunter. Ins Nichts. Für nichts. Bis auf Nimmerwiedersehen. So scheint es jedenfalls. Jedes Jahr dieselbe Panik. Alles muss noch erledigt werden. Denn das Ende ist in Sicht. Der letzte KVA ist dann unterschrieben. Die letzte Rechnung versandt. Das letzte Werbemittel gedruckt. Die letzte Anzeige raus. Das wars. Danke und tschüss.

Und dann. Dann?! Dann kommt der 1. Januar. Und was soll ich sagen - die fulminate Reinkarnation einer ganzen Branche vollzieht sich rund um den Globus. Die Werbewelt erlebt ihre eigene Auferstehung. Und plötzlich ist alles wie immer, nur das Datum hat sich geändert. Unglaublich, aber wahr. So wird mir jedenfalls berichtet.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

Der ganz normale Wahnsinn

Schon das Schreiben darüber langweilt. Denn auch das wiederholt sich alle Jahre wieder. Wie die Fassungslosigkeit zur Zeit der Wies'n, über das, wozu Menschen im Stande sind. Oder sollte man besser schreiben nicht im Stande sind? Egal.

Jedenfalls ist der alljährliche Weihnachtskonsumrausch wieder voll im Gange. Ausnahmesituation nach Ausnahmesituation. Aber wer will schon am 24. so ganz ohne da stehen? So gut wie niemand. Obwohl, was machen eigentlich die Massen von Singels? Oder die Geschiedenen, die nur von 476 € im Monat leben, überleben müssen? Was machen die knapp unter 4 Millionen Arbeitslosen? Drücken die nur ihre Rudolf the red nose an den Schaufenstern platt? Mitnichten. Der totale Konsum bedient alle. Sicherlich auch und sogar die Brüder unter den Brücken. Die netten Herren und Damen hinter Gittern. Sogar bis in Krankenhäuser, Altersheime und Asylantenheime ist die Konsumwelle geschwappt.

Und diese Welle rollt weiter. Linextension. Die Lücke zwischen Halloween, Sankt Martin, Nikolaus, 3 x Advent und dem Showdown am Heiligen Abend will geschlossen sein. Und erstreckt sich nun schon bis zum Neujahrstag. Und längst

wird hartnäckig daran gestrickt, die klaffende Konsumlücke bis Ostern zu füllen. Denn das sind sage und schreibe mehr als 3 Monate, bis wieder ein Kollektivzwang alle zwingt, die Geldbeutel zu öffnen.

Man müsste sich in der Welt der Feiertage mal umsehen, welche da noch reinpassen würden. Der Islam, die Chinesen und viele andere haben da Einiges zu bieten. Aus Amerika bleibt da nur noch der 4. Juli, der 11. September und das Ernte Dank Fest. Dann haben wir alles übernommen. Frankreich hat da noch den 14. Juli...

Die lückenlose Konsumkette muss geschlossen werden. Kann doch nicht sein, dass wir nur einen Tag ohne triftigen Grund was einkaufen müssen? Das darf nicht sein.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Samstag, 16. Dezember 2006

Der note blog: Die ungeschlagenden Nummer 1 der deutschen Blogs

Verdammt, wär hätte das gedacht? Man muss nur die passende Statistik finden und schon kann man der aller Größte sein. Die

Alles danach ist ab zu sehen. Aber einer erwähnung Wert. Im Staub der Ringecke:
Der Werbeblogger, der Law Blog, der Spreeblich, die Riesenmaschine, der Basic Thinking Blog... und alle anderen:

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 20:02

Freitag, 15. Dezember 2006

Wir sitzen also alle im selben Boot?

Oft gehört. Oft genickt. Oft selbst zitiert. Na und? Oft daneben gelegen. Wenn dieser Satz fällt, dann ist genau das Gegenteil gemeint. Deshalb gebraucht man ihn auch. Dann will jemand, dass ich für ihn rudere. Im selben Boot. In seine Richtung. Man sitzt so gut wie nie im selben Boot. Weil die Voraussetzungen nie die selben sind. Dieser Satz hat eine Absicht, die zielt auf die Gemeinsamkeit. Aber dieser Satz schießt an seinem Ziel weit vorbei. Wir sitzen nicht im selben Boot. Und wenn, dann haben wir unterschiedliche Aufgaben. Wir können auch im selben Auto sitzen. Das kann aber auch ein Taxi sein. Und ich bin der Taxifahrer. Deshalb sei wachsam, wenn dir jemand entgegnet: Wir sitzen im selben Boot.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

Freiwillig - aus freiem Willen

Es gab den Tag der Ehrenamtlichen in unserem Land. Das hat sicherlich kaum jemand mitbekommen. Sie halten sich auch im Hintergrund. Das bringt dieses Amt so mit sich. Die Säulen unserer Gemeinschaft bauen darauf auf. Auf Freiwilligen. Die aus freiem Willen, ohne Entgelt eine Leistung für unsere Gemeinschaft vollbringen. Die Größenordung ist den meisten nicht bekannt. Ich sage euch, es ist gewaltig. Von der Feuerwehr zu den heiligen drei Königen, von Kindergärten zu den Altersheimen. Von Sportvereinen zur Wasserwacht. Millionen engagieren sich freiwillig für unsere Gemeinschaft. Es sind so viele, das geht in die Millionen. Die hören dafür nicht mal ein "Danke". So sind wir. Was nichts kostet, das ist uns nichts wert. Unglaublich, aber leider bitterer Ernst.

Wenn alle Freiwillligen für einen Monat ihre Tätigkeit ruhen lassen würden, dann hätten wir eine Ahnung von dem, was auf deren Schultern ruht. Aber das würden diese Menschen nie tun. Denn sie tun es ja aus freien Stücken. Aus freiem Willen. Freiwillig. Schade eigentlich, dass nicht alle Menschen in diesem Land wenigstens ihrem freien Willen folgen. Sie müssten es ja nicht umsonst tun, aber wenigstens aus Überzeugung.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Tücke Parkticket

Wenn ich in ein Parkhaus fahre, muss ich wie jeder andere ein Parkticket ziehen. Da man nun in einer dieser multiplen, modernen Stresssituationen ist, wie beim ALDI an der Kasse, macht man immer und immer wieder den selben Fehler. Um die Schranke im Parkhaus schnell zu räumen und nicht als dümmlicher Verkehrsteilnehmer eingestuft zu werden, steckt man sich das Ticket nicht zwischen die Zähne, sondern zwischen Oberlippe und Unterlippe. Fataler Fehler. Denn bis das Auto seine entgültige Parkposition eingenommen hat, ist viel passiert. Zwischen den Lippen. So dass einem dasselbe Missgeschick wieder und wieder widerfährt. Man zieht mit der Hand das Ticket zwischen seinen Lippen heraus, um dieses irgendwo hinzustecken und dabei reißt man sich ein Stück der Lippe mit raus. Schmerzhaft und blutig. Denn in der Zwischenzeit hat der Speichel die Parkkarte aufgeweicht und eine chemische Reaktion hat ihren blutigen Verlauf genommen, an deren Ende eine innige Verbindung zwischen einer Parkkarte und einer Lippe steht. Furchtbar.

Die Frage, die sich stellt, lautet: Bin ich der Einzige, dem das passiert? Oder widerfährt dieses Missgeschick einigen, mehreren, vielen oder sogar allen? Somit könnte sich der Hersteller dieser Tickets dazu hinreißen lassen, diese so zu beschichten, dass dieses Unglück ausgeschlossen bleibt. Oder zumindest einen Hinweis auf die Schranke: Lassen Sie sich Zeit und stecken Sie das Parkticket nicht zwischen Ihre Lippen, sondern bitte woanders hin. Dieser Hinweis ist zu Ihrem eigenen Schutz. Vor allem dem Ihrer Lippen. (Eventuell ist der Hinweis etwas zu lang und mehr als Briefing gedacht). Aber wenn es soweit ist, fällt jemandem schon die passende Formulierung ein. So ein Warnschild mit einem Piktogramm eines durchgestrichenen Kopfes, auf dem man sieht, dass dieser sich gerade das Ticket in den Mund steckt oder so. Da drunter steht: Tickets gehören nicht in den Mund, sondern in die Tasche. Oder: Ticket in die Tasche, nicht in den Mund. Oder: Mund zu, Tasche auf. Oder...

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 06:59

Donnerstag, 14. Dezember 2006

Vorhersehung - Vor 29 Jahren schon gesehen

Jacques Tatis "Playtime" Frankreich 1967, 119 Minuten, Regie: Jacques Tati

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:03

Schicksal eines Kreativen Teil 2 - 18 years later

Besser gehts nicht (As Good as it Gets); 12.02.1998, USA, 139min; Regie: James L. Brooks; Buch: Mark Andrus, James L. Brooks; Schauspieler: Helen Hunt, Jack Nicholson, Greg Kinnear, Cuba Gooding Jr.

Aber das eigentlich Remake dieser Sequenz:

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:02

Urlaub - 5 Jahre ohne Heimweh

Es war Januar 2002. Der letzte echte Urlaub. 3 Wochen am Arsch der Welt. Sandstrand unter mir. Blaues Meer vor mir. Urwald hinter mir. Der Chardonnay nur einige Meter entfernt. Ein völlig cooler, aber abgefuckter Jeep. Sonnebrille auf. Gut geölt. Und der einzige Gedanke, der einem durch den Kopf geht ist: ...?! Habe ich vergessen.
Dann kommt eine Reihe von unglücklichen Umständen und überglücklichen Umständen, die es wieder und wieder verhindern, mal die Seele am anderen Ende der Welt baumeln zu lassen. Die Zeit verrinnt im Sprint. Im Januar 2007 sind es 5 Jahre. Verrückt. Nicht, dass ich etwas wirklich vermisst habe. Zu sehr geht es mir eigentlich gut. Mein Leben ist ein langer Urlaub. So versuche ich zu leben. Versuche. Es gelingt mit zunehmend besser. Urlaubsgefühl hat zwar viel mit einem Ortswechsel zu tun, aber auch mit der Einstellung. Musste ich lernen.

Aber wo mir dieses Bild mal wieder untergekommen ist, habe ich mich daran erinnert, dass ich genau auf dieser Palme lag. Reisen hat eine Menge Vorteile. Der größte ist, dass man alles in aller Ruhe mal aus einer anderen Perspektive betrachten kann. Wichtig und Unwichtig. Wertvoll und Wertlos. Anpacken und loslassen. Angenehm und unangenehm. Und alles andere, was einem wesentlich erscheint. Das alles kann man besser, wenn man den Blick auf alles von einem weit entfernten Ort darauf werfen kann. Distanz ermöglicht ganz andere Einblicke.

Geschrieben von Christof Hintze in Weite Welt um 07:00

Mittwoch, 13. Dezember 2006

Das besondere Scheißprodukt des Jahres

Wir haben unter 11.536 Produkten des Alltags eines ausgesucht, das uns am meisten berührt hat. Das uns neben den vielen nichts sagenden Produkten nicht so einfach am Arsch vorbei ging. Eines, nach dem sich auch der letzte Arsch umdreht. Ein Produkt, bei dem man sofort denkt: Scheiß drauf, das brauche ich. Und auch wenn der Preis wirklich scheiße ist. Wir haben gesucht, bewertet. Und von den 11.536 Produkten des Alltags 2006 hat es dieses ganz nach vorne geschafft. Vom Arsch der Welt an die Spitze. Der MVPs. An dieser Stelle möchten wir uns bei der note blog Jury bedanken. Es war ein hartes Stück Arbeit, aber sie war, wie man sieht, nicht für den Arsch. Wir freuen uns auf das Jahr 2007 und lassen uns überraschen, welches Produkt dann uns mal wieder alles andere als am Arsch vorbei geht.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 09:28

Abgefahrene Erfindung

Hundebomben. Aus einem Versandhauskatalog von 1912. Diese sollten dazu dienen, Hunden auf den Pelz zu rücken, wenn diese eine mögliche Gefahr oder Belästigung darstellen sollten. Dieses Produkt hat sich im eigentlichen Sinne nicht auf dem Markt durchgesetzt, ist aber, glaube ich, als Knallerbsen immer noch an Silvester zu haben. Aber die Sprengkraft ist leicht gedrosselt worden. Warum eigentlich?

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:02

In vino veritas

Die Wahrheit liegt im Wein. So, so. Dieser These gehe ich nun seit geraumer Zeit nach. Das Ergebnis ist erschreckend. Sie ist so nicht zu bestätigen. Denn die Wahrheit wird vernebelt. Würde etwas an dieser Theorie dran sein, warum verabreicht man denn nicht bei Verhören, auf der Suche nach der Wahrheit, "Rotwein", guten und viel davon? Sogar Geheimdienste haben sich dieser Wahrheitsdroge nie bedient. Da gibt es ganz anderes Zeug. Wein betäubt die Sinneswahrnehmung. Somit öffnet sich der Blick auf die Spitzen der Eisberge der eigenen Problemstellungen. Aber sobald man nüchtern ist, sind diese auch schon wieder verschmolzen. Somit erscheint es einem wie ein Zustand der Wahrheitsfindung, dabei ist man nur betäubt. Lässt diverse Betäubung nach, ist alles wieder beim alten. Aber eine nicht von der Hand zu weisende Nebenwirkung des Alkohols ist, dass man für eine Zeit die Frage vergisst - um die es eigentlich geht. Das ist auch mal ganz angenehm. Aber sich einer Wahrheit oder der Wahrheit mit Hilfe von Alkohol zu nähern, kann ich kategorisch verneinen.

Da ist mehr der Wunsch der Vater des Gedanken. Da flüstert einem der Flaschengeist etwas. Setzt einem einen Floh ins Ohr. Aber trotzdem ein schönes Sprichwort und ein schöner Gedanke. Wie: alles wird gut. Kling auch gut, trifft aber für viele in der Regel so überhaupt nicht zu. Ganz im Gegenteil. Aber dran glauben darf man ja trotzdem, auch wenn es nichts hilft. Nichts wird von selbst gut. Und wer der Wahrheit auf die Spur kommen will, sollte alles andere tun, als sich benebeln. Genau das Gegenteil ist weitaus zielführender. Traurig aber wahr.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Dienstag, 12. Dezember 2006

Jetzt bestellen: Das note blog book 2006, dass Buch zum Blog

Hier erhältlich. Das Blog zum Buch und das Buch zum Blog.

Auf über 126 Seiten, in Farbe, das Beste aus Blog 2006 jetzt im Buch. Im Großformat A4, Hardcover im Einband. Auf schönem Papier. Das Gedanken- und Idee-Konzentrat aus über 1.000 note-blog Beiträgen. Noch limitierte Auflage. Auf Wunsch signiert. Wer zuerst kommt, liest zuerst. Wir freuen uns, euch eine Freude machen zu können. Das note blog book für 134,50€.

Bestellung per Mail bitte an: t.matthes@note-i.de oder c.hintze@note-i.de

Zuzüglich Versandkosten. Erwerb nur gegen Vorkasse. Wenn Geld auf Konto, dann Blog Buch Paket raus. Bankverbindung: Dresdner Bank München; Bankleitzahl: 700 800 00; Kontonummer: 920 841 000. Bitte Namen angeben, Rechnungsadresse und Versandadresse bitte per Mail schicken. Danke. So einfach kann es gehen

Leseansicht vom note blog book bestellen? Kein Problem! 20 Doppelseiten Blog Buch als PDF-Leseexemplar, per Mail anfordern.

Geschrieben von Christof Hintze in note blog book um 19:40

(Erinnerung) Chiemgau IX (Schluss)

Der letzte Morgen grüßt mit blauem Himmel. Ein letzter Tee, ein letztes Brot. Ein letzter Blick in leere Schränke, unters Bett, in die Kommoden. Ein letzter Blick aus dem Fenster. Ein letzter Blick in ein leeres Zimmer. Ein letztes Wort mit der Wirtin. Ein letztes Streicheln der Katze. Ein letzter Blick auf die Prien, auf Schlossberg und Schloss. Ein letzter Blick auf die vergangenen Tage.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:42

Der Werbeprolet

Um direkt allen den Wind aus den Segeln zu nehmen, die jetzt denken, wieder so ein Selbstfindungstext – nein! Es geht um jemanden anders. Den ich nicht beim Namen nennen kann. Das ist unmöglich. Das gibt richtig Ärger. Von einer Seite, mit der ich es mir mal gar nicht verübeln will, sollte und muss. Deshalb sind Ähnlichkeiten mit bekannten und oder unbekannten lebenden und schon toten Personen rein zufällig. Die Geschichte ist frei erfunden. Also fast.

Okay. Der Werbeprolet ist der letzte in der langen Schlange der Werbewertschöpfung. Er sammelt – im übertragenen Sinn – die Werbepfandflaschen ein, die andere liegen lassen. Damit verdient er sein Geld. Er lebt von der

Budgetkrümeln, die vom Werbemittelteller fallen. Er verkauft seinen Kunden alles, worüber der Rest der Branche fassungslos den Kopf schüttelt. Wer macht sowas? Am Ende aller Strategie und Konzepte steht er. Und macht alles größer, lauter und vor allem aufmerksamkeitsstärker. Das muss verkaufen! Er schafft, was der Rest der Werbewelt nicht hin bekommt. Logo größer, Produkt größer, Preis größer, mehr Signalfarbe und noch ein Störer, noch eine Typo und noch ein Sternchen und noch ein Hinweistext in 3,2 Punkt. Er weiß nicht, was Hardselling bedeutet. Dieses Werbegeschwafel hat er nicht drauf. Sein Abschluss an der Werbeakademie liegt lang zurück. Da hieß Werbung noch Reklame und in weiten Teilen in vielen Köpfen noch Propaganda. Er organisiert alles, vor allem sich selbst. Er kennt die Drucker mit Vornamen. Und die bei den lokalen Radiosendern und Tagezeitungen natürlich auch. Er weiß, woher man in 4 Stunden ein Bierzelt mit Zapfanlange und Kapelle bekommt. Nichts ist unmöglich, ist sein Leitsatz. Sein Lieblingsstatement lautet: Das versteht doch keiner! Weil er immer den eigenen Intellekt zum Maßstab nimmt. Und was er nicht schnallt, kann draußen nur vor die Hunde gehen. Seine Kunden lieben ihn. Denn er ist 24 Stunden für sie da. Er nimmt Korrekturen entgegen, wenn die Druckmaschine schon wieder schläft. An das Internet glaubt er nicht. Und sein Computer ist doof. Er kennt eine Schrift, sie heißt Arial. Aus Versehen spricht er sie immer Ariel aus. Ist aber nicht schlimm. Alle wissen, was er meint. Er kennt sich am Arsch der Werbewelt aus. Er ist der ungekrönte König der Arschlöcher. Das war ihm immer lieber, als das größte Arschloch unter den Königen zu sein. Sein Englisch wäre dafür auch zu schlecht. Hier, in seiner kleinen Werbewelt, kennt man ihn, schätzt man ihn, und da kennt er sich aus. Er weiß nicht, was er nicht kann, und kann nichts, weil er nichts weiß. Aber das was er macht, das macht er. Übel. Grausam. Schlecht. Aber wie sagt er gerne: Einer muss es tun.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 14:58

(Erinnerung) Chiemgau VIII

Wildenwart heißt die Schlosswirtschaft, die abseits der Touristenpfade im gleichnamigen Weiler liegt. Man kommt hier nicht zufällig vorbei. Wir kamen auf Empfehlung, und sind seitdem immer wieder gekommen. Die Schlosswirtschaft liegt nicht nur abseits der Touristenpfade, sie liegt auch Abseits dessen, was man so mainstream nennt. Wir aßen Zander in Butter gebraten mit Kartoffeln und grünem Salat. Wir saßen auf einer Holzbank und waren die glücklichsten Menschen der Welt. Die Serviererin, eine dralle Dunkelhaarige, bediente uns freundlich. Es war unser letzter Abend und wir waren froh, wieder hergekommen zu sein. Wir saßen an einem Tisch, der nicht der beste war, aber wir saßen in der besten Stube, die wir unter diesem Himmel kannten.

Geschrieben von in Weite Welt um 11:45

Armleuchter, soweit das Auge reicht. Oder: Wenn Blödheit leuchten würde

Wie ich schon zum wiederholten Male festgestellt habe, kommen fast alle dummen Trends aus Amerika. Der Rest der dummen Trends kommen aus England. Dieser hier kommt aber aus den USA. Lichterketten nicht für humanitäre Zwecke, sondern als Sinnbild für die Verschwendung. Immer mehr lassen sich von diesem blöden Brauch aus den USA anstecken. Wenn man durch die Vororte dieses Landes fährt, fangen immer mehr Häuser an, an allen Ecke und Enden zu leuchten. Aber sich über die Strompreise beschweren. Das ist krank. Zum einen reden wir darüber, wie man Strom sparen kann. Stromsparlampen. Wärmedämmung an Gebäuden und so weiter. Atomausstieg. Sicherstellung der Stromgrundversorgung. Wir unternehmen alles, um weniger Energie zu verbrauchen. Und dann das. Dann baut doch gleich in den neuen Golf einen V8 rein, mit 5,2 Liter Big-Block, 320 PS und einem Verbrauch von 20 Liter Super auf 100 Kilometer. Und mit dem Auto fahrt ihr dann am besten zum Ortsverband der Grünen und regt euch darüber auf, dass die Atomkraftwerke immer noch am Netz sind. Wie blöd sind wir eigentlich wirklich? Schon sehr - oder? Wenn Blödheit leuchten würde, dann könnte ich das ja alles verstehen.

(Obwohl das der einzige Golf wäre, den ich mal gerne fahren würde, aber das tut jetzt nichts zur Sache.)

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:02

Elbhochwasser? Klimaerwärmung? Dass ich nicht lache

Jeden Tag überschwemmt eine Postwurfflutwelle unser Land. Millionen von Tonnen Papier für den Müll. Tag für Tag.

Die Briefkästen reichen gar nicht mehr aus. Sie quellen über vor Postwegwurfsendungen. Um die Postkästen sieht es oftmals chaotisch aus, weil die Bürger unseres Landes mit der Entsorgung überfordert sind. Immm bunter, lauter und mehr donnert die Papierflutwelle über unsere Gemüter hinweg. Wo ist der Weltsicherheitsrat jetzt? Wo ist der Umweltminister? Die UN? Diese Werbeweltkatastrophe ist außer Kontrolle. Trotz Aufklebern mit dem dringlichen Hinweis: Keine Werbung einwerfen. So viel schlimmes, so unglaublich hässlich gestaltet, mit immer wieder der gleichen lauten, groben Sprache versehen: Neu, Jetzt, Rabatt... Wer soll das aushalten?

Mal ein Tipp an die Post: Wenn ihr noch reicher werden wollt und noch glücklicher, dann bietet ihr euren Kunden einen neuen Service an: Clean-Post. Das geht so: Der Kunde hängt seinen Briefkasten ab und hat keinen mehr. Nur einen Mülleimer. Ein Schild mit rechtlichem Hinweis weist darauf hin, dass hier strafrechtliche Verfolgung droht bei Zuwiderhandlung. Die Post sammelt die Post und schmeißt alles weg, was keine normale Post ist. Und bringt dem Kunden die gesäuberte Post. Das schöne an diesem Service, ihr werdet auch noch beliebt. Könnt ihr das alles aushalten?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

Der Mist mit den Prozessen

Prozessoptimierung wohin man auch sieht. Menschen (Controller) vor Tabellen und Auswertungen, um das Letzte aus allen möglichen Prozessen heraus zu quetschen. Längst hat diese Entwicklung absurde Gestalt angenommen. Mehr Menschen machen sich Gedanken über Prosesse, statt einfach mal mit anzupacken. Mit nachzudenken. In Krankenhäusern sind Ärzte längst in der Minderzahl. In der Verwaltung sitzt das Nervenzentrum unserer Gesundheit. Immer das Auge auf Prozesse gerichtet. Nicht auf Gesundheit. Wohin man sieht in Unternehmen und in die Gesellschaft, wenige sind überhaupt noch zuständig und verantwortlich für das Produzieren. Die meisten machen sich dumme Gedanken über Prozesse. Ist auch schöner und einfacher. Macht keinen Dreck. Und man kommt nicht ins Schwitzen. Aber das Allerschönste: Man ist für das Ergebnis nie verantwortlich, weil man ja nur an den Stellschrauben der Prozesse gedreht hat. Mal hin und mal her. Tolle Beschäftigung.

Dem Prozesswahnsinn steht das genaue Gegenteil gegenüber. Das wachsen Lassen. Das sich Entwickeln. Das Gedeihen und das reifen Lassen. Das entstehen Lassen. Das Abwarten. Die schönsten Dinge im Leben sind alle diejenigen, die nicht durch diese blödsinnigen Prozessmenschen entstehen. Der Reihe nach lassen sich Menschen freiwillig zu Rädchen in Prozessen machen. Die mal so herum sich drehen sollen, um sich schon bald anders herum drehen zu müssen. Das Individuum bleibt dabei unweigerlich auf der Strecke. Weil ja alles theoretisch in Prozessen optimal geplant ist. In der Praxis sieht das völlig anders aus. Aber dafür haben Prozessaugen keinen Blick. Sie sind nicht am Ergebnis interessiert, sondern daran, allen das ständige, ungute Gefühl zu geben, in den optimalen Prozessen nur suboptimal zu funktionieren.

Sie tun mir Leid, die vielen Menschen, die nur Teil eines Prozesses sind. Und es ist mir immer eine große Freude, Menschen zu begegnen, denen Prozesse dieser Art völlig fremd sind. Die wissen, dass überflüssige, belastende, dumme und unmenschliche Prozesse nur auf einem Blatt Papier zu einem guten Ergebnis führen, aber nie in der Realität. Auch hier gilt das Gleichgewicht, das Balance Marketing. Wenn man mehr über Abläufe und Prozesse redet, als über das Wichtigste, das relevante Kundenbedürfnis und/oder den Kundennutzen, dann weiß man, dass man zu weit gegangen ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:00

Montag, 11. Dezember 2006

Selber schuld

Es ist egal, über was ich mich aufrege. Am Ende erwartet mich immer dieselbe Antwort: selber Schuld. Das Entlarven der eigenen Inkonsequenz ist eines der härtesten. Sich genau dem zu stellen eines der grausamsten. Aber was hilft es? Die Schuld bei anderen zu suchen wird zum Glück immer kurzweiliger und zugleich langweiliger. Denn ich kenne ja die Antwort, die mich wieder und wieder am Ende des Ärgers grinsend erwartet: selber Schuld. Andere haben die besonders schöne oder ekelhafte Fähigkeit, sich einfach genau das zu nehmen, was sie wollen. Kommt auf die Zielsetzung an. Ob sie das verdient haben oder nicht, steht auf einem ganz anderen Blatt geschrieben. Entscheidend ist, was auf meinem steht. Andere benehmen sich unmöglich. Na und? Es gibt nichts, aber auch gar nichts, was man einfach so akzeptieren muss. Man ist einfach oft zu weich, zu nachgiebig. Andere gehen durch dieselben Themen wie mit dem warmen Messer durch die Butter. Lange Zeit war ich umzingelt von Menschen, die Schuld an meiner Situation hatten. Besseres und mehr habe ich verdient, dachte ich. Bis ich mehr und mehr feststellte, sie sind es nicht. Ich bin es selbst. Ich lasse es nicht zu, weil ich die Enttäuschung befürchte. Lieber ergebnislos und die Schuld auf andere schieben, als erkennen zu müssen, dass man die eigenen Ziele gar nicht erreichen kann. Viele, fast jeder ist natürlich davon überzeugt, eigentlich mehr verdient zu haben. Höher hinaus zu gehören. Weiter nach vorne. Aber anstatt sich ständig darum zu kümmern, wer Schuld an dieser Misere hat, sollte man sich besser konstanter, konsequenter seinen eigentlichen Zielen zuwenden. Schuld? Schuldgefühl? Dass ich nicht lache. Das sind die Eisenkugeln des Gewissens an den eigenen Fesseln. Die Schuld hält auf. Sie kostet wichtige Energie. Sie lässt die Überzeugungskraft verblassen. Man kommt nicht voran, weil man ja fortwährend die Schuldfrage klären muss. Anstatt sich einfach einzugestehen: Ich bin schuld. Und schon kann es weiter gehen.

Dabei geht es nie um die Schuld. Das ist ein Übersprungverhalten, das angewandt wird, um sich der eigentlichen Herausforderung nicht stellen zu müssen. Somit kann man sich auch nicht an den eigenen Zielen messen, denn alle sind ja Schuld daran, dass man diese nicht erreicht. Das ist alles Quatsch. Wenn es eine Tablette geben sollte, die ich in Mengen einwerfen würde, dann ist es die gegen Schuldsuche & Schuldgefühle. Das ist so lähmend, es hält dermaßen auf. Ständig einen absurden Nebenschauplatz erörtern, anstatt sich mit offenem Visier dem eigentlichen Kasus knacktus zuzuwenden.

Eigentlich benutzt man diese Schuld für seine eigene Unfähigkeit. Das eigene Unvermögen. Nichts offenbart mehr die eigene Unfähigkeit, als die offen ausgetragene Schuldsuche. Der. Die. Das. So ein Quatsch. Wenn man die gesamte Energie, die man in die Schuldfrage steckt, in die Lösungsantwort investieren würde, wäre man weit über die eigenen Ziele hinaus geschossen. Da bin ich mir sicher. Schuld ist die dümmste aller Ausreden und Erklärungen. Sie entzieht einem die Eigenverantwortung, als ob andere so einen Einfluss auf einen selbst hätten. So ein Quatsch. Als ob irgend jemand das, was die Schuld begründen soll, so von einem gefordert hätte. Mitnichten.

Die Schuld ist die Ausrede der Schwachen. Oder eines schwachen Momentes. Man zieht sie heran, um sich selbst von der eigenen Schuld distanzieren zu können. Weil man nicht wahrhaben will, dass alles an einem selbst liegt. Begründet? Nein! Das ist so überflüssig wie Flugangst. Oder Platzangst. Aber es passt in dieselbe lähmende, destruktive, negative Energiesparte. Wir müssen resümieren, dass wir selbst an allem Schuld sind. Erst dann kann man sich dem Wichtigen und Notwendigen zuwenden. Und wirklich Erstrebenswertes erreichen. Ich bin mir da so sicher. Aber die Schuld hält mich mit aller Gewalt davon ab, da anzukommen, wo ich verdammt nochmal hingehöre. Das ist ein Dilemma von besonderem Ausmaß.

Ich könnte alles erreichen, was ich will. Ich könnte viel weiter sein, als ich bin. Ich könnte schon weit über die eigenen, hochgesteckten Ziele hinausgeschossen sein. Wenn ich bloß aufhören könnte, für irgendetwas irgendjemand verantwortlich machen zu wollen. Basta. Ich bin Schuld. Ich. Ich. Nicht andere, niemand ist verantwortlich für das, was ich bin. Das bin ich alles selbst. Das habe ich alles an mir selbst genau so zugelassen. Fuck! Tut das weh!

Aber bitte, an alle, die diese Zeilen lesen: Bitte nicht weiter erzählen. Wie steh ich denn da? Danke.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:03

Da braut sich was zusammen

Ich darf ja keine Namen nennen. Und keine Agenturen. Und auch keine Kunden. Aber da braut sich was zusammen. Die Unzufriedenheit hält offensichtlich zu lange an. Der Zweck heiligt nicht mehr die Mittel. Der Frust der Krise ist jetzt umgeschlagen in den Frust der Unverfrorenheit. Ich möchte ja nicht vorweg greifen. Liebe Kunden da draußen, wenn ich ihr wärt, würde ich ab sofort den Ball flach halten. Mal wieder nett sein. Hier und da mal loben. Nicht zu viel. Das fällt sonst sofort auf. Und eventuell für das neue Jahr ein Honorar in Aussicht stellen. Das könnte die Wogen eventuell glätten. Obwohl. Was ihr die letzten Jahre angestellt habt - ob ihr so glimpflich davon kommt? Da ist es ja euren Firmenwagen besser ergangen. Die habt ihr sogar fürs Herumstehen jeden Monat ordentlich bezahlt, eure Agentur habt ihr herumgescheucht und dabei schlecht bezahlt. Rechnet mal nach. So kommt ihr auch dahinter, warum die Qualität so in den Keller gegangen ist. Obwohl, könnt ihr das überhaupt erkennen? Liebe Controller, ihr hattet eine gute Zeit, aber jetzt wird es wirklich eng. Denn ohne Geld und ohne Ideen und ohne Investitionen habt ihr eventuell ein paar Deppen an der Börse beeindruckt und eure Geschäftsführer und Vorstände, aber wer nichts sät, kann auch nichts ernten.

Und aus den Agenturen kommt Sturm auf. Heftiger, kalter, starker Sturm. Aber ich habe nichts gesagt, von mir wisst ihr nichts.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

3 Dinge will ich beim besten Willen nicht

1. Schwanzverlängerungen / Vakuumpumpen
2. Viagra
3. Replikate von teuren Armbanduhren

Trotzdem bekomme ich ständig E-Mails, die mir genau das anbieten. Ständig. Das macht mich stutzig. Wissen die was, was ich noch nicht weiß? Zu klein, schlapp und am Arm nicht mal auf dicke Hose machen können? Wissen die was, was ich einfach nicht wahrhaben will? Hat denen jemand was gesteckt? Was nicht mal ich weiß? Man verdrängt oder verdreht ja schon mal Tatsachen. Bei anderen fällt mir das immer auf Anhieb auf. Aber wie ist es um mich selbst bestellt? Bin ich wirklich ehrlich zu mir? Wirklich? Oder glaube ich das nur. Gaukle ich eine Zufriedenheit nur vor, um mich meiner eigenen Defizite nicht stellen zu müssen?

Blödsinn. Ich habe nur das Pech, in so einem bescheuerten Mailverteiler zu sein. Die kennen mich nicht. Die wissen gar nichts von mir. Die fischen im Trüben. Weil ein kleiner Prozentsatz immer wieder darauf reinfällt. Und die Kosten für so eine Mail sind minimal. Somit haben die nur Chancen. Wenn 0,00001 Prozent nur darauf reagieren, bestellt sich irgendjemand irgendwo einen neuen Porsche. So wird es sein. Dieses Fischen mit großen Netzen scheint zu funktionieren. Sonst würde das nicht mit einer solchen Disziplin und Vehemenz betrieben.

Auf die Unwissenheit und Blödheit von Menschen ist ebenso Verlass wie auf den Minderwertigkeitskomplex. Eine gewinnbringende Kombination. Ist zwar widerlich, aber wenn man nichts kann und gelernt hat, was soll man anders machen? Als mit der selben Dummheit zu Werke zu gehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Sonntag, 10. Dezember 2006

(Erinnerung) Chiemgau VII

„Der Schnürlregen ist normal hier", sagte jemand zu uns. „Ist normal in Salzburg."
„Schnürlregen kenn ich", sagte ich zu meiner Begleiterin. „Von früher. Als Kind war ich hier in der Nähe immer in den Ferien mit meinen Eltern und mit meiner Schwester."
„Touristen", sagte sie, „sind auch normal in Salzburg."
„Ja, zu viele", sagte ich.
„Sie nerven."
„Gefällt dir Salzburg nicht?"
„Ich wäre doch lieber mal nach München gefahren. Wir sind schon dreimal in Salzburg gewesen."
In der Judengasse blieben wir an einem Schirmgeschäft stehen.
„Ich hätte gerne so einen kleinen von Esprit", sagte sie.
„Gefallen dir diese hier nicht?" fragte ich. Ich zeigte auf die Schirme, die in einem Kübel an der Straße vor dem Laden standen. „Oder wir gehen irgendwo rein", sagte ich, „und warten einfach bis der Regen aufgehört hat."
„Schnürlregen hört aber nicht auf", sagte sie.
„Ja, manchmal regnet es hier ein oder zwei Wochen am Stück."
Die Schirme waren uns alle zu teuer. Das Geld, was man in einen Schirm investiert, könnte man auch in Tee und Mehlspeisen anlegen, sagten wir uns.
Wir flüchteten in einen Buchladen. Es gefiel uns aber nichts, was wir hätten kaufen können. Beim Rausgehen entdeckte ich einen Schirm, der in einem Schirmständer am Ausgang stand. Ich blieb zurück, und überlegte, den Schirm einfach mitzunehmen, konnte aber keinen unbeobachteten Moment erwischen.
– – –
Trotz Regen quoll die Gasse über vor Menschen. Wir bummelten weiter ohne Schirm und stießen auf einen hübschen Laden, der köstliche Sachen – Wein, Spirituosen, Pasta, Saucen und alles Mögliche – in seinen Auslagen präsentierte.
„Lass uns doch hier mal reingehen", sagte ich.
„Sieht gut aus", sagte sie.
Wir gingen zuerst nach oben. Oben wurden wir von einer Verkäuferin erwartet, die uns die ganze Zeit verfolgte, nachdem wir ihr gesagt hatten, dass wir uns nur mal umschauen wollten. Der Raum war groß wie ein Saal und wir waren mit der Verkäuferin alleine. Der Holzboden war neu und hart. Jeder Schritt klang wie ein Klopfen. Es gab alles, was es in einem Delikatessengeschäft, in einem Laden für Geschirr, Porzellan, in einem Laden für Küchenwerkzeuge, in einer Weinhandlung, in einer Boutique für kleine und teure Präsente gibt. Nur alles auf einmal. Und die ganze Zeit über war unsere Verfolgerin uns dicht auf den Fersen. Ihr Gesicht entspannte sich erst, als wir uns für einen Flaschenöffner entschieden, der die Form eines Haifisches hatte. Bis zu diesem Augenblick war sie die Museumswärterin gewesen, die in jedem Besucher einen potentiellen Dieb erkennt. Wir wechselten ein paar Unverbindlichkeiten mit ihr und erklärten, dass wir den Flaschenöffner einem Freund mit Haiphobie schenken würden. Sie nickte, wollte jetzt aber mit uns nach unten zum Zahlen gehen. An der Kasse ließen wir uns das Geschenk einpacken und entschlossen uns, noch eine Kleinigkeit zu essen.
„Nudeln oder eine kleine Vorspeise", sagte ich, „was hälst du davon?"
„Die haben leckere Vorspeisen hier in der Vitrine", sagte sie während ich zahlte und eine Visitenkarte einsteckte, auf der, der Name des Ladens stand.
Die Teller wurden uns an einem kleinen, runden Tisch serviert, der im hinteren Bereich des Ladens neben einem zweiten runden Tisch stand, an dem auch Leute saßen. Wir aßen und tranken Chardonnay dazu, und am Schluss noch einen Espresso, der aber nicht der Rede wert war. Es gab auch sehr gute Whiskys und Whiskeys zu kaufen und schottisches Mineralwasser für acht Mark die Flasche. Der Laden hatte sich inzwischen mit Menschen gefüllt, die aus dem Regen kamen und sich neugierig umschauten. Die Museumswärterin erklärte ihnen, dass es oben noch mehr zu sehen gäbe.
– – –
Wir blieben in der Judengasse und wurden von einem anderen Laden angelockt. Hinter der gläsernen Theke stand ein schwarz gekleideter Jüngling mit glänzendem, schwarzem Haar, der einen Kunden beriet. Es roch irgendwie orientalisch; nach Perserteppichen, Duftölen und Gewürzen. In einem Glasregal standen kleine Fläschchen mit bunten Flüssigkeiten. Auf den Etiketten standen Namen bekannter und berühmter Parfums.
„Unsere Düfte sind alle ohne Alkohol", sagte der Jüngling zu uns. „Völlig unbedenklich für die Haut."
Er griff nach einem Fläschchen, zog den Glasstöpsel ab und tupfte ihr davon auf den Puls am Handgelenk.
„Unsere Düfte sind alle mit Öl gemacht, darum sind sie auch nicht verschraubt, weil kein Alkohol verfliegen kann, und sie sind besser für die Haut. Gefällt Ihnen der Duft? sagte er, als sie an ihrem Handgelenk schnüffelte.

„Und für Sie vielleicht…", er griff nach einem zweiten Fläschchen, auf dem Boss zu lesen stand.
Ich roch an meinem Handgelenk und fand es ziemlich stark.
„Kriegen Sie keinen Ärger, wenn Ihre Düfte bekannte Markennamen tragen?" fragte ich ihn.
„Der Duft bleibt mindestens vierundzwanzig Stunden", sagte er nur. „Anders als beim Alkohol, der verfliegt."
Ich versuchte den Jüngling wieder loszuwerden und schaute interessiert auf Gewürze, die in kleinen, weißen Stoffbeuteln, die offen waren, hübsch bunt aussahen.
„Das da ist das teuerste Gewürz, das es gibt", sagte er und zeigte auf ein Säckchen mit gelbem Pulver.
„Safran", sagte ich, ohne ihn dabei anzuschauen. Ich fand mich unfreundlich, aber der Jüngling war wie ein schwerer orientalischer, öliger Duft, den ich nicht erst nach vierundzwanzig Stunden wieder loswerden wollte.

Geschrieben von in Weite Welt um 12:44

Freitag, 8. Dezember 2006

Karriere

Ich konnte und wollte mich mit diesem Wort nie anfreunden. Weil es eine Planmäßigkeit voraussetzt. Und es einem unmöglich macht, auch mal die Richtung zu ändern. Eine Karriere setzt sehr früh ein Ziel fest. Aber was ist, wenn einen das Ziel nicht mehr interessiert? Oder eigentlich nie wirklich interessiert hat? Wie kleine Soldaten für die Laufbahn zum General. Der Weg von ganz unten in der Hierarchie nach ganz oben. Das ist eine Karriere. Somit muss jede Entscheidung in den Lebenslauf passen.

Mich hat dieses Denken geradezu angekotzt. Denn was bedeutet ganz oben? Ist das der Ort des vollkommenen Glücks? Der Ort der unglaublichen Zufriedenheit? Karriere bedeutet für mich wie ein Zinsoldat aufgestellt zu werden und im Laufe der Zeit immer woanders hingestellt zu werden. Diese Menschen treffen die eigene Entscheidungen nie für sich selbst, sondern immer im Sinne der Karriere. Somit ist jedes Unternehmen, jede Position nur eine Stufe auf der Karriereleiter. Sonst nichts.

Wer so denkt und handelt, wird nie Entscheidungen treffen, die langfristig ausgelegt sind. Warum, davon hat er ja nichts. Er wird immer versuchen, kurzfristig eine Spur zu hinterlassen. Eine Art Markierung, wie ein Hund an einem Baum. Das Untenehmen, die Mitarbeiter, die Produkte, die Kunden, das und vieles mehr ist völlig egal und gleichgültig. Es geht um die passende Perfomance, die Richtigen zu kennen und die Richtigen zu fördern. Und von den Richtigen protegiert zu werden.

Das ist ekelhaft. Denn gerade mit diesen Personen sind oft wichtige Entwicklungen und Entscheidungen vebunden. Und die, die denken ausnahmslos an sich. Und daran, es denen gut gehen zu lassen, die sie dahin manövriert haben. Und es denen gut gehen zu lassen, die sie für ihre Interessen nachholen. Diese Art der Karriereplanung hat nichts mit dem eigentlichen Sinn einer Gesellschaft und der Gemeinschaft zu tun. Diese Menschen vertreten nur ihre eigenen Interessen. Und Interessen, die von einer solch egoistischen Machart sind, können nie den Interessen vieler gerecht werden.

(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Ich habe noch mal nachgerechnet

Die Rechnung geht nicht auf. Also ich habe mal die ganzen Ereignisse der letzten Jahre Revue passieren lassen und bin zum Ergebnis gekommen: das geht nicht auf. Was raus kommt, ist nicht das, was eigentlich raus kommen sollte. Deshalb habe ich meine Rechnung noch mal und noch mal geprüft. Aber das Ergebnis weicht offensichtlich erheblich von dem ab, was ich dachte, was rauskommen müsste. Jetzt bin knapp über 40 und habe mich offensichtlich total verkalkuliert. So ein Mist aber auch. Ich dachte wirklich, wenn man alles reinsteckt, dann muss auch alles dabei raus kommen. Im besten Fall sogar noch ein wenig mehr. Falsch gedacht. Sehr falsch. Denn eigentlich wollte ich mit 40 durch sein. Am Ziel. Angekommen. Durch?! Das bin ich jetzt auch irgendwie, aber ganz anders als gedacht. Verrechnet. Woran liegt das nur? Dabei habe ich immer die Zahlen im Auge gehabt. Vielleicht habe ich bei dem ständigen Auf- und Abrunden, mal 5e gerade sein lassen, doch unterschätzt, wie sich das auf das Ergebnis auswirkt. Ich wollte eigentlich, dass was anderes dabei rauskommt.

Was macht man da? Von Vorne anfangen geht nun mal nicht. Weiter machen heißt, man muss mit dem Schlimmsten rechnen. Eine neue Rechnung aufmachen?! Genau, genau das mach ich. Ich fang einfach bei "null" an. So fühle ich mich auch. Aber diesmal passe ich auf. Und zwar auf Heller und Pfennig. Darauf könnt ihr zählen und zugleich müsst ihr damit rechnen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:01

Beweise

Das Problem vieler Unternehmen ist, dass sie wirklich und allen Ernstes glauben, sich in einem jeweils eigenen und völlig neuen Universum zu befinden. Das nach ganz anderen physikalischen Gesetzen funktioniert. Wie oft hört man die einleitenden, mahnenden Worte: Wissen Sie, unser Markt ist ein ganz spezieller. Den kann man mit keinem anderen vergleichen! Dass ich mich nach diesem Satz noch nicht totgelacht habe oder handgreiflich wurde, ist reine Selbstbeherrschung.

Schade, dass ich mir nicht jedes Mal diesen Satz mit einem Aufnahmegerät aufgenommen habe. Und dann jedes Mal das Band einfach laufen lasse. Aber wer hat schon so viel Zeit, sich 4 Stunden den einen Satz ständig auf ein Neues anzuhören.

Das ist ja so, als ob man alle Wartezeit an Ampeln auf einmal absitzen müsste. Aber es ist schon lustig. Oder anders ausgedrückt: es war lustig. Denn dann beginnt das ausführliche Darstellen des völlig anderen Universums. In epischer Breite und Tiefe wird dann dargestellt und bewiesen, dass die Uhren hier anders ticken, die Anziehungskraft eine andere ist und alles andere auch ganz anders ist.

Damit ich mich völlig erschöpft mit einem blutenden Ohr mit letzter Kraft ins Auto schleppe, um das völlig andere Universum auf einen einfachen Nenner zu bringen:

1. Die wollen mehr verkaufen
2. Die wollen bekannter werden
3. Die wollen mehr verkaufen und bekannter werden

Es ist nicht verrückt, dass die das alle auch noch wirklich glauben. Das geht sogar so weit, dass die selbe blödsinnige Behauptungen sogar innerhalb eines Marktes und Unternehmens aufrecht erhalten wird: Hamburg, also Hamburg ist ein ganz spezieller und schwerer Markt. München ist damit gar nicht zu vergleichen. München ist ein ganz spezieller und schwerer Markt. Obwohl, Berlin....

Danke für das Gespräch. Und dann noch die Killerapplikation und Masterfrage am Ende: Haben Sie eigentlich Erfahrung in unserem Markt? Sie meinen im mehr Verkaufen und mehr bekannt Machen. Ja! Sehr viel!

Und wer das nicht glauben will, der kann ja mal eine Deutschlandtournee machen, vorbei an den ganz speziellen und schweren Märkten. Die so ganz anders ticken. Deutschland ist voller fremder Universen in Form von Märkten und Unternehmen. Die so speziell sind, dass sie dabei völlig vergessen haben, dass mehr verkaufen und mehr Bekanntheit eventuell nicht zum Ruin geführt hätte. Aber das ist nur so eine These.

(Foto: Peter von Felbert)

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Donnerstag, 7. Dezember 2006

in den seilen

hier gehts zur heute gelaunchten website meines freundes knud kohr. wer sich fuer boxen interessiert oder gerne schoene texte liesst, kann ich diese seite nur empfehlen.

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 17:50

Why not?

(Foto: Peter von Felbert)

Ich glaube, Robert Kennedy war es, der gerne auf die Standard-Antwort der Bewahrer auf alle Fragen der Veränderung "Das geht nicht!" immer und immer wieder das selbe entgegnet hat: "Why not?"

Ideen, Konzepte, Träume und Wünsche sind keinen Gedanken wert, wenn man sich nicht mal darum bemüht, sie auf den Weg zu schicken. Auf den Weg, um Wirklichkeit zu werden. Sich von der Phantasie in der Realität zu bemühen. Die meisten Menschen haben wirklich tolle Ideen. Na und? Es sind einige wenige mit weniger guten an die Ziele ihrer Träume gelangt. Die Natur scheint eine Selektion vorzunehmen nach Menschen, die es tun, denjenigen, die wenigstens mitmachen und dem großen Rest, der sich wundert, was alle machen.

"Die meisten Ideen scheitern an den Leuten." hat Brecht gesagt. Ich möchte dem hinzufügen: an der Trägheit der Leute. Somit hat die beste Idee echt Pecht gehabt, wenn sie in einem drögen, trägen und langweiligen Geist erwacht. Das war´s. Den meisten ist die Arbeit, die eine Idee macht, einfach zu viel. In einem satten runden Bauch knurrt kein inspirierender Gedanke. Es bedarf schon mehr.

So sind Ideen wie Blütenstaub. Wenn nicht die richtige Biene diesen mitnimmt und befruchtend wirkt, dann steht die Blume ziemlich dumm herum. Dabei ist unserer Welt voller Beweise, was man mit Ideen alles erreichen und bewirken kann. Und sind sie noch so abgefahren wie die des Märchenprinzen. Aber er hat es getan. Und die halbe Welt macht sich auf den Weg, dieser völlig abgefahrene Idee, die Wirklichkeit wurde, einen Besuch abzustatten.

Und der Rest sitzt rum und erklärt uns, warum nichts geht. Und ich stelle mir immer und immer wieder die selbe Frage von Robert Kennedy: Why not?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

Links! Rechts! Drehen! Zurück! Doch Rechts! Nein Links!

(Foto: Peter von Felbert)

Das Manövrieren einer Marke ist mit dem eines Ozeanriesen zu vergleichen. Eine Marke versenken geht relativ schnell. Aber der Wechsel des Kurses gelingt nur mit langer Verzögerung. Der Wendekreis einer Marke ist ca. 20 Kilometer im Durchmesser größer als der eines Audi A6. Das glauben viele nicht und können sich dieselben überhaupt nicht vorstellen. Deshalb wird mit Vorliebe hochdekoriert auf der Brücke von Marken gestanden und hektisch und heftig am Steuer gedreht. Mit der beeindruckenden Wirkung, dass nichts passiert. Die Marke fährt weiter in die einmal eingeschlagene Richtung. Ein Wechsel des Kurses hat deshalb mit großer Vor- und Übersicht zu geschehen. Man versichert sich, dass man bei einem Kurswechsel nicht auf Kollisionskurs ist. Und man schlägt langsam ein und hält dann so lange das Lenkrad eingeschlage, bis der Kurs erreicht ist.

Leider fehlt vielen Markenverantwortlichen hierfür die Zeit, die Geduld und das nötige Feingefühl dafür, was nur ein Strich vom Kurs abweichen auf eine große Entfernung hin bedeutet. Man kommt meilenweit vom eigentlichen Ziel raus. Somit sollte das Manövrieren von Marken eigentlich nur ausgebildeten Markenkapitänen anvertraut werden und nicht dieser Schar von Leichtmatrosen. Denn die wertvolle Fracht im Bauch einer Marke soll doch bei der richtigen Zielgruppe landen!

Aber zugebenermaßen war es eine Zeit amüsant, diesen Leichtmatrosen beim großen Nichtsverändern zuzusehen. Aber mit der Zeit ermüdet und verzweifelt man in diesem ungebührlichen Benehmen auf der Brücke einer Marke. Also, ich werde zu alt für diese Kindereien. Und bin froh, endlich mit der richtigen Ware am richtigen Ziel vor Anker zu gehen. Das ist eigentlich schon Aufwand und Mühe genug. Kann man das alberne Getue nicht mal abstellen oder in die Kombüse schicken?

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Hoffentlich ist dies auch das richtige Format

Formate. Wohin man auch sieht und hört. Formate über Formate. Und alles muss passen. In die Formate. Diese geben alles vor. Wie etwas sein muss. In seiner Beschaffenheit. In seiner Hülle. Der Inhalt ist fast egal. Aber die Dornen der Formatgrenzen dürfen nicht tangiert werden. Somit kann unmöglich ein Herr Peter Sloterdijk im Laufe einer Tagesschau befragt werden oder Auskunft geben. Weil er mit seiner Antwort sicherlich das Format sprengen würde. Ob das so ist, weiß man nicht. Aber der Anschein genügt. So wird alles in feste Formate gepresst. Das erhöht die Planbarkeit, die Zuverlässigkeit. Formate sind Erfolgsfaktoren. Nur innerhalb dieser Grenzen ist Erfolg überhaupt möglich. Bis jemand, der sich mal wieder nicht daran gehalten hat, damit auch noch erfolgreich wurde. Somit ist ein neues Format enstanden.

Für Blog-Beiträge gilt dasselbe. Es gibt ein ideales, erfolgversprechendes Format. Kurz muss der Beitrag sein. So kurz wie möglich. Die Überschrift muss den Leser sofort packen und hineinziehen in den kurzen Beitrag. Der muss das Thema schnell und ohne Umschweife auf den Punkt bringen. Der Blogger hat keine Zeit. Also nicht endlos. Und er liest bekanntlich nicht gerne lange Texte. Auch stilistisch sollte man sich einfach halten und ausdrücken. Und bloß keine Rechtschreibfehler. Für alles gibt es Formate. Und fast alle halten sich so gut daran, wie es ihnen nur möglich ist. Ständig verfolgt von der alles entscheidenden Frage: Passt das überhaupt ins Format? Außer eine kleine Gruppe von sehr Erfolgreichen. Die kennen keine Formate. Die machen die Dinge so, wie es den Ansprüchen den Dingen selbst gegenüber optimal entspricht. Die können sich keine Sekunde mit Formatfragen beschäftigen, die sind an der Sache an sich mehr interessiert als an Formaten.

Somit bin ich überglücklich sagen zu können: Wir halten uns an keine Formate. Uns ist das so etwas von egal, ob die Überschrift zu dünn, der Text zu lang, die Tags zu allgemeingültig und die Absätze zu schnell kommen. Wie sind nur bemüht, inhaltlich eine bestimmte qualitative Konsistens zu erlangen. Das ist Arbeit genug. Da können wir keinen Gedanken an Formate verschwenden. Deshalb meine dringende Bitte: Lieber mal das Format verlassen, übergehen, überschreiten, aber dafür den ernst gemeinten Versuch unternehmen, jemanden zu erreichen.

Denn Formate haben eine unleidliche Nebenwirkung: Man kann sich nichts merken, weil alles so konform ist.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Mittwoch, 6. Dezember 2006

weite welt 62: flughafen sharm el sheik, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 16:34

weite welt 61: flughafen sharm el sheik, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 16:34

weite welt 60: flughafen sharm el sheik

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 16:32

weite welt 59: flughafen sharm el sheik, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 16:30

1000 Beiträge auf dem note blog

Was am 1. Juni 2006 offiziell mit dem ersten note Blog-Beitrag begann, hat innerhalb von 6 Monaten die fulminante Hürde der 1000 Beiträge genommen. Die einen munkeln jetzt sicher: Masse statt Klasse. Wie soll es auch anders sein. Damit muss man leben.

Andere, die uns weitaus wohlgesonnener sind, und das sind laut unserer Umfrage 90%, denken jetzt eventuell: Wie haben die das gemacht? Ganz einfach: Gutes Team, viel Lust, große Leidenschaft, absolute Hingabe und nicht enden wollende Neugier. Nicht mehr und nicht weniger.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:36

Leistungsprinzip

(Foto: Peter von Felbert)

Leistung wird am Ergebnis gemessen. Wenn diese transparent und messbar ist. Bei einem 100-Meter-Lauf ist das Leistungsprinzip jedem klar. So klar, dass wir allen einfachen Leistungsprinzipien sehr zugewandt sind. Wir sehen gerne dabei zu, wie Andere Leistungen vollbringen. Nach einfachen Regeln. In einem überschaubaren Zeitfenster. Und am besten aus einer angenehmen Perspektive. "Brot und Spiele" nannte man das vor über 2000 Jahren. Und genau um diese Stelle kreisen wir noch heute.

Diese Sehnsucht nach Leistung, nach Leistungsvergleichen ist begründet. Denn viele von uns arbeiten und leben nach einem gänzlich anderen Prinzip, das sich nicht an der Leistung und am Ergebnis orientiert, sondern am Aufwand. Die meisten Menschen fordern eine Art Aufwandsentschädigung. Sie verkaufen ihre Lebenszeit so gut und teuer, wie es geht. Und der Deal besteht darin, dem Käufer davon so wenig wie nur möglich zur Verfügung zu stellen. Das ist nachvollziehbar und logisch. Wer würde es einer Prostituierten verdenken, wenn ein Freier 60 Minuten erworben hat, das Ganze nach 5 Minuten hinter sich zu bringen? Viele in unserer Gesellschaft agieren nach diesem Prinzip. Es rührt noch von der Industrialisierung her. Und Zeiten, in denen Befehlsstrukturen bestanden und sich nur aus Befehl und

Gehorsam zusammensetzten. Menschen wurden wie Maschinen gesehen. Die mussten funktionieren, eine Zeit lang. Deshalb kaufte man Zeit von den Menschen. Nicht mehr und nicht weniger. So sitzen viel diese ab. Immer in dem Bestreben, einen möglichst guten Deal für sich zu verbuchen. Möglichst wenig in möglichst viel Zeit nur hinzubekommen.

Als ich vor über 25 Jahren mal in einem Auslieferungslager für reparierte Unterhaltungselektronikgeräte einen Urlaubsjob machte, dachte ich, ich müsste so viele reparierte Geräte wieder zurück an die rechtmäßigen Besitzer bekommen wie nur möglich. Denn die warteten ja sehnsüchtig darauf. Falsch. Als ich ganze 3 Auftragszettel an einem Tag schaffte, meinem ersten, nahm mich ein Lagerarbeiter beiseite. Und briefte mich: Kleiner, ein Bogen am Tag und nicht mehr, ist das klar? – Klar! Klar ist das klar. Denn er klärte mich auf, dass, wenn der Typ aus dem Urlaub zurück kommt, und ich 3 Wochen lang 3 oder 4 Auftragsbögen täglich erledigen würde, dann müsste das arme Schwein in dem Tempo weiter machen. Oder würde gefeuert. Und das will ich doch nicht? Nein! Natürlich nicht.

Dieses Prinzip und diese Kultur der Minimierung von Arbeitsleistung und den Versuchen der Arbeitgeber, das Gegeneteil zu erreichen, begleitet mich bis heute. Und wird mich sicher bis zum Ende begleiten. Ein Interessenskonflikt, den niemand beheben will oder kann. Bis die jeweiligen Firmen pleite gehen. Oder die Leistungsprinzipien so entmündigend werden, dass man sie schon fast als menschenfeindlich bezeichnen kann.

Konzerne, Firmen, Branchen gehen vor die Hunde, weil andere eine wesentlich bessere Leistung vollbringen. Die Industrie wird alles versuchen, unternehmerische Interessen mit so wenig Menschen wie möglich umsetzen zu können, um dem Leistungsprinzip folgen zu können. Denn was soll man machen mit der trägen Masse Mensch? Aber anstatt diesen Konflikt zu lösen, zeigen lieber alle mit den Fingern aufeinander. Dabei wäre ein Leistungsprinzip, das aus beiden Interessensgruppen eine gemeinsame macht, denkbar und machbar. Aber wer will das schon?

Also, mir sind nur sehr, sehr wenige begegnet, die auf das Getue keine Lust mehr haben. Die aus zwei ein gemeinsames Interesse machen wollen, das sich an Ergebnissen und Leistung orientiert. Das transparent und messbar ist. Und von dem alle materiell und ideell gleichermaßen profitieren können, wollen und sollen.

Denn die Menschen trennen immer noch lieber die Arbeitszeit und die Freizeit kategorisch voneinander. Als ob das eine mit dem anderen nichts zu tun haben dürfte. Denn nimmt man diese beiden Zeiten mal zu einer zusammen, dann nennt man das Lebenszeit. Dabei wäre das so einfach umzusetzen. Alle müssten viel weniger Zeit einsetzen, in der sie richtig arbeiten, und hätten viel mehr davon, sehr viel mehr. Aber dieser Einsatz ist den meisten schon zu viel.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:03

Just the two of us

(Foto: Peter von Felbert)

Eine Homage an die Gemeinsamkeit. Größe ist relativ, Gemeinsamkeiten nicht. Die Suche nach Gemeinsamkeiten ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Sozialisierung. Darum ist es umso mehr verwunderlich, dass man sich viel öfter dabei ertappt, dass man mehr auf der Suche ist nach dem, was einen trennt. Wir haben eine große Leidenschaft dafür entwickelt, das Problem an Gemeinsamkeiten zu sehen, anstatt die Lösung darin zu entdecken. Menschen haben Befürchtungen den Gemeinsamkeiten gegenüber. Diese verraten ihnen zu viel von sich selbst. Das macht angreifbar. Somit werden die Punkte der Gemeinsamkeit immer weniger und auch noch immer oberflächlicher. In Deutschland haben wir es geschafft, nur noch bei Fußball-Weltmeisterschaften dieses Gefühl nachzuempfinden. Sonst sind wir maßgeblich damit beschäftigt, uns abzugrenzen. Die. Die Anderen. Dabei muss doch jedem klar sein, dass jeder noch so kleine Erfolg auf einem Lebensweg erst besonders schön ist, wenn man diesen mit Anderen feiern kann. Erst in der Gemeinschaft ergibt alles einen Sinn. Andere sind für einen da. Und man selbst ist für Andere da. Warum abgrenzen und ausgrenzen? Was ist erstrebenswert am Alleinsein? Jede Gartenarbeit, jedes Kochen, jedes Autowaschen, jedes Einkaufen macht gemeinsam viel mehr Spaß. Jeder Urlaub, jeder Sieg und jede Niederlage, das ganze Leben beruht auf dem Prinzip des Suchens, des Entdeckens und Genießens der Gemeinsamkeiten. Wir sind allein auf diese Welt gekommen und werden diese auch wieder allein verlassen. Und zwischen diesen zwei wesentlichen Pfeilern unseres Daseins steht die Gemeinschaft. Die Gemeinsamkeit. Alles andere ergibt überhaupt keinen Sinn. Darum stelle ich mir immer die selbe Frage: Was ist zwischen uns alle und das schöne Gefühl der Gemeinsamkeit geraten? Und hat sich dort fest gesetzt und breit gemacht?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

Haptik

(Foto: Perter von Felbert)

Haptik ist ein Mosaikstein unserer Wahrnehmung. Diese darf man nicht über- und nicht unterbewerten. Das ist immer das Problem, wenn man sich eines dieser Mosaike heraus nimmt, dass diese Fokussierung es so unheimlich vergrößert. Aber dagegen kann man nun mal nichts machen. Haptik ist einfach ausgedrückt das, wie es sich anfühlt. Physisch. Aber die Haptik sagt einen nicht geringen Teil über den Wert der Kommunikation aus. Über das Niveau. So wie das Gewicht bei Papier und die Oberfläche und die damit verbundene Struktur. Wie ein Papier sich biegt, faltet und anfühlt, ist nicht unwesentlich für die Glaubwürdigkeit einer Botschaft. Ganz im Gegenteil – in der selektiven Wahrnehmung kann man hier Punkte sammeln. Glattes, dünnes Papier fühlt sich billig an. Und dickeres mit einer Oberflächenstruktur wertvoller. Die Färbung des Papiers sagt zudem etwas aus. Wenn man einen Briefbogen erhält, dann wird man ihn anfassen wie eine Visitenkarte, eine Broschüre, einen Geschäftsbericht. Die Berücksichtigung einer dem Kommunikationsziel angemessenen Haptik ist ein Garant für den Erfolg. Nicht DER Garant. Sondern EINER. Überperformen ist ebenso schädlich wie unterperformen. Dem Ziel entsprechend performen ist hier der richtige Weg. Nehmen Sie Kugelschreiber in die Hand. Fassen Sie diese an und entwickeln Sie ein Gefühl für den Wert. Das, was Sie empfinden, könnten die Menschen da draußen ebenso empfinden. Also, wir zerbrechen uns ständig den Kopf, um die ideale Haptik für ein Kommunikationsmittel zu definieren. Denn bevor man mit so einem Begriff um sich wirft, sollte man klar und deutlich machen, was sich dahinter verbirgt.

Haptik ist ein Element, das dazu beiträgt, die Glaubwürdigkeit eines Kommunikationmittels zu untermauern. Dem gesellen sich aber noch zahlreiche Aspekte hinzu. Deshalb, bei allem, was Sie in die Finger bekommen, verdeutlichen Sie sich, was Sie dabei empfinden. Es hilft, Dinge, die schon sehr gut sind, noch viel besser zu machen.

Und immer daran denken: Nur weil Sie es selbst nicht in die Finger bekommen oder nehmen, sollte Sie die Haptik trotzdem interessieren, denn ihre Zielgruppe nimmt sie unter die Lupe, ob Sie das wollen oder nicht. Somit machen Sie ihren positiven Einfluss geltend. Lassen Sie sich entsprechend gut anfühlen.

```
Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00
```

Dienstag, 5. Dezember 2006

Das Beutel-Prinzip

Vor Jahren begegnete ich folgendem Umstand: Ich war jung, brauchte Geld und hatte trotzdem keins. Aber meine Düsseldorfer Hafen-Wohnung benötigte unbedingt einen Staubsauger. Das versteht sich von selbst. Somit ging ich in ein dafür geeignetes Elektrogeräte-offensichtlich-billig-Anbieter-Geschäft. Und schoss mir einen Staubsauger direkt von der Europalette für 199 DM (ca. 99€). So weit, so gut. Eine Packung Staubsaugerbeutel dazu. Das wars. Nur ein Jahr später gingen die Beutel aus. Also ging ich wieder in das Geschäft und siehe da: Die Beutel gab es nicht mehr. Das Produkt auch nicht. Somit schoss ich mir kurzerhand einen Neuen für 249 DM (ca. 125 €). Und weil ich ja schlau war, kaufte ich gleich 2 Packungen Staubsaugerbeutel dazu.

Wir kürzen die Geschichte jetzt hier ab und machen einen Zeitsprung von 4 Jahren und weiteren 2 Staubsaugern. Und einem Besuch eines Vorwerk-Staubsaugervertreters. Der mir versicherte, dass die Beutel exakt so seit 450 Jahren hergestellt werden. Und dass geplant ist, die Beutel unverändert baugleich so weiter zu produzieren für die nächsten 450 Jahre.

Somit war die Rechnung im Kopf schnell gemacht. Alle zwei Jahre ca. 250 DM für die nächsten ca. 50 Jahre. Das macht nach Adam Riese: 6.250 €. Und alle zwei Jahre den Aufwand, einen Neuen zu erwerben und einen Alten zu entsorgen. Und das auch noch bei einer mittelmäßigen Produktleistung. Was will man für den Preis auch erwarten?

Der Vorwerk Tiger in der Luxusausstattung kostet über 1.200 DM. Die Beutel alle 2 Jahre 30 DM. Das macht bei optimaler Saugleistung 1.950 DM. Plus ein Teil hier und ein Teil da, schlimmstenfalls 2.500 €. (DM = €, Ihr wisst doch, nichts ist teurer geworden) Obwohl, kennen Sie jemanden, der einen kaputten Vorwerk-Staubsauger hat? Ich nicht.

Somit spare ich mir Kosten und Mühe und habe eine exzellente Saugleistung und in Kohle, Mücken, Zaster macht das sage und schreibe: Einen Preisvorteil von 3.750 DM/€. Bis hier alles klar?

Nun wusste ich auch, woher das geflügelte Wort aus dem Pott kommt: "Billig kann ich mir nicht leisten, das kommt mir zu teuer!"

Das Problem ist nur die Investition der Anschaffung. Was nützt einem die Einsicht, wenn man nur 250 DM hat, um sein Staub- und Krümelproblem zu lösen? Und nicht 1.200 DM. Somit kommen alle Menschen mit viel Geld auch noch zusätzlich in den Genuss unzähliger Preisvorteile und Sparmaßnahmen. Obwohl die es eigentlich dicke haben. Das Problem der Konsumgesellschaft ist, dass man eventuell sogar die Qualität vorziehen würde, wenn man nur könnte. Denn diese Rechnung kann man bei vielen Produkten und Dienstleistungen aufmachen. Obwohl es auch viele Ausnahmen der Regel gibt: Wie teure Küchen. Aber dazu zu einem anderen Zeitpunkt mehr.

Schon verrückt, unsere Konsumwelt. Und irgendwie auch ungerecht. Aber so sind wir nun mal.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03

Wir nehmen Sie beim Ort

(Foto: Peter von Felbert)

Wir sind von geografischer, zeitlicher und menschlicher Nähe mehr als überzeugt. Wir wollen wie immer am liebsten alles. Ein bereicherndes, lebendiges, ideenreiches und erstrebenswertes, somit durch und durch wertvolles Kundenverhältnis sollte keine Distanzen aufweisen. Nicht in Kilometern, nicht in Stunden und nicht in Unbehagen. Sonst kommt über kurz oder lang zu viel Hinderliches zwischen uns. Man kann es drehen und wenden, wie man will, Nähe bringt Vorteile mit sich, auf die man im Fall der Distanz verzeichten muss, auch wenn sie räumlich zu überbrücken ist. Darum, wenn Sie uns wirklich mögen, bitte kommen Sie aus München oder dem Umland.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:01

Gesichter des Alltags

Das sieht doch aus wie ein freundliches Gesicht. Da hat sich der Designer doch bestimmt gedacht: Mensch, wenn die Bude schon brennt, dann kann der Hydrant doch wenigstens freundlich drein schauen. Von den Feuerwehrmännern im Einsatz kann man das nicht erwarten. Somit ist das ein schöner Gedanke, der auch in die Tat umgesetzt wurde. Mehr davon. Wenn uns schon das Lächeln zunehmend schwerer fällt, warum nicht ein paar Hilfestellungen und Übungen am Objekt, an Gesichtern des Alltags? Die lachende Steuerklärung. Der grinsende Blitzer. Die zwinkernde Ampel. Das beruhigende Stoppschild. Der freundliche Smile-Kanaldeckel ... Es gibt viel zu lächeln – gestalten wir es um. Oder müsste es heißen: "Es gibt zu wenig zu lachen"? Egal, kommt auf das Gleiche heraus.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Montag, 4. Dezember 2006

Killerinstinkt

Gibt es eigentlich auch einen Engelinstinkt? Die Welt des Erfolges ist voller marzialischer und kriegerischer Ausdrücke, denen ich im Einzelnen hier kein Forum bieten will. Sondern genau das Gegenteil ist der Fall. Gibt es auch friedensentscheidende Strategien? Ich glaub nicht. Oder freundliche bzw. friedliche Übernahmen? Fehlanzeige. Uniformen wohin man sieht. Armeen von Versicherungsinfanteristen. Und Bankerkavellerien. Wie oft zieht man aus an die Verkaufsbeziehung? Noch nie gehört. Der Vertrieb verlangt nach Liebesbeweisen? Das Marketing klagt über Liebesentzug? Es ist geradezu lächerlich, diese ganzen Anlehnungen an eine Welt, in der man stirbt, wenn man sich nicht gut ducken kann. In der Mut oft die Höchststrafe erhält. In der man blind gehorchen muss. In der das Individuum nichts zählt. In der kein Sieg je dauerhaft Wohlstand gesichert hat, sondern das Ergebnis immer wirtschaftlicher Ruin war. Und ist. Ich glaube, man benützt diese Sprache nur aus einem einzigen Grund: Damit das ganz Unwichtige wenigstens so ein Gewicht bekommt. Damit Manager sich wie Führer fühlen dürfen. Und Vorstände wie Herrscher. Als Kinder spielten sie Räuber und Gendarm. Jetzt haben sich nur die Waffengattungen verändert und dem Umfeld angepasst. Aber kindisch bleibt es allemal. Denn der Vergleich hinkt an allen Ecken und Enden. Sie sollen Zielgruppen beglücken und fallen über Märkte her wie Todesschwadronen. Da werden Gegener eliminiert. Boden verbrannt.

Wie klein muss sich die Gegenwart für diese Menschen anfühlen, dass sie solche Vergleiche suchen? Und sich mit ihnen schmücken. Ich glaube sehr klein. Winzig. Verschwindend. Das hat was von Lord Helmchen aus Space Balls. Wenn es nicht so ernst wäre, wäre es zum totlachen.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:38

Kiwi, Mango, Papaya, Litschi

Was haben die früher eigentlich gegessen, fragt man sich heute. Denn fast alles, was man heute in den Auslagen der Supermärkte zur Ernährung findet, gab es vor sagen wir mal 50 Jahren nicht. Nichts von dem modernen Grünzeug und nicht die große Auswahl an Südfrüchten. Müsliriegel, Powerriegel. Zu 99% ist alles, was da auf Käufer wartet, neu.

Somit stellt sich die Frage: Was haben die gegegessen und wie konnten die überhaupt überleben? Weil nur von Kartoffeln, grünen Bohnen, Rindfleisch und Äpfeln, das kann doch nicht sein. Ohne linksdrehende Bakterienkulturen geht doch jeder 12-Finger-Darm zugrunde. Ohne Light-Produkte müssen die doch alle binnen kürzestere Zeit geplatzt sein. Makrobiologische Ernährung macht Leben doch erst möglich.

Unvorstellbar. Fast so unvorstellbar, wie dass es eine Zeit in der Werbung gegeben haben soll, da gab es noch keine Appel Computer. Wahnsinn. Aber das ist sicher nur so ein Gerücht. So eine Blogger-Finte. Werbung machen ohne Appel Computer? Wie soll das denn gehen? Das ist doch totaler Blödsinn!

Obwohl, ist ein Appel nicht eine dieser veralteten Früchte aus Omas Garten? Warum heißt Appel eigentlich nicht Mango oder Papaya. Das wäre doch viel zeitgemäßer. Ich habe es! Das kommt daher, weil man früher immer eine Stulle und einen Apfel mit zur Arbeit genommen hat. Und Stulle klang nun wirklich seltsam, zudem heißt die Stulle von Region zu Region anders, wie das Brötchen.

Deshalb Apfel. Damit man weiterhin wenigstens einen Apfel dabei hatte. Denn wer nimmt schon Litschi mit ins Büro?

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:36

Irren ist menschlich (20)

"Alles, das erfunden werden kann, ist erfunden worden."

Charles H. Duell, Beauftragter, USA Office von Patenten, 1899

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:34

Freitag, 1. Dezember 2006

Scheitern, scheitern und scheitern

Ich wollte etwas Schlaues über das Scheiten schreiben. Und zwar nicht, wenn ich längst sehr erfolgreich bin und es mir locker rausnehmen und leisten kann. Sondern wenn man selbst, wie ich, eigentlich noch im "deep shit" steckt. Denn dem Scheitern im fortwährenden Scheitern etwas Postitives abzugewinnen, das scheint eine besondere Gabe. Gabe von Ignoranz, Dummheit oder Überzeugung und Leidenschaft. Meine Idee kommt seit nun fast 9 Jahren nicht ins Fliegen. Manchmal bewegt sie sich. Oder rollt ein Stück voran. Aber über den gesamten Zeitraum betrachtet sind die Milesstones des Scheiterns nicht zu übersehen. Man könnte sagen, man kommt trockenen Fußes bis ins Heute, wenn man nur über die Scheitersteine balanciert.

Wenn jemand schwer krank war und geheilt ist, dann kann er locker ein tolles Buch schreiben. Vom festen Glauben. Vom unbändigen Willen. Der enormen Energie. Und all den Dingen, die zusammengefügt die Heilung erst möglich gemacht haben.

Bei erfolgreichen Sportlern gibt es das in einer anderen Ausführung, aber mit ähnlichem Text. Und im Business ist es nicht anders. Wie im Schauspiel oder in der Wissenschaft. Das Scheitern pflastert ihren Weg zum Erfolg. Niederlagen. Zweifel. Rückschläge. Das alles ertragen bis zum Durchbruch.

Ganz ehrlich, ich glaub das alles nicht. Ich glaube, glückliche Ehepaare erzählen auch allen Singels, was man braucht, um glücklich zu sein. Dabei können die selben ein Jahr später schon im Scheidungskrieg stecken. Ich glaube, das ist typisch Mensch. Wo Erfolg ist, da muss auch ein System sein. Wo Misserfolg ist, da fehlt einfach das System. So einfach. Und dann gibt es da die Mengen von Vorbildern, Supermännern, Reichen und Erfolgreichen, die dann auch noch ihre Erfolgsstory zum Besten geben. Schaut mal her, so wie ich das mach, so geht das. Und nur so.

Und alle, die sich noch auf dem Scheiterweg befinden, ziehen sich die Systeme rein in der Hoffung, eine Anleitung zu Erfolg zu entdecken. Wenn es die gäbe, warum machen das nicht alle? Das müsste sich doch herumsprechen. Aber wie in einer glücklichen Beziehung ist Erfolg vor allem eins: Glück. Und Zufall. Und Schwein gehabt.

Natürlich muss man auch durchhalten. Dran bleiben. Sitzfleisch und das alles. Aber das muss man in einer tollen Beziehung auch. Als ob die von alleine toll läuft. In einer Beziehung scheitert man auch ständig. Aber man rafft sich immer wieder auf. Immer wieder, bis man...

Zudem stellt sich die Frage: Was haben viele letzendlich anders gemacht als in der Zeit, in der sie gescheitert sind? Seid mir nicht böse, aber es gibt alle möglichen legalen und illegalen Mittel, sein Scheitern zu beenden. Doping gibts sicher nicht nur im Sport. Wenn man jetzt so völlig bescheuert ist und beim Doping nicht mitmacht, dann fährt man nicht nur nicht bei der Tour de France hinterher, man ist gar nicht dabei. Man darf mal bei "Rund um den Fühlingersee" mitfahren.

Wievielen ist das Scheitern irgendwann so auf den Zeiger gegangen, dass sie zum letzen Mittel griffen? Wievielen? Das Scheitern ist furchtbar. Weil es wie Säure den ständigen Zweifel nährt: Das wird nichts. Aber ich will und kann das ertragen. Entweder weil ich ein Masochist im Scheitern bin - ah, ja, danke noch eine Absage, wieder mal guter Zweiter ... Oder weil ich einfach nur stur bin.

In meinem Fall muss es eine Kombination aus beidem sein. Ja, leck mich doch am Arsch.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:04

Beschaffungskriminalität

Das Geld stimmt. Wie oft habe ich das gedacht und gehört? Wie oft habe ich das selbst gesagt? Die Rechtfertigung für vieles im Leben ist das Geld. Von irgendwas muss man ja leben. Und mit diesem Argument im Rücken tockt unaufhörlich die Lebenszeit an einem vorüber.

Man braucht Geld, um zu leben. Das stimmt so nicht. Man benötig vor allem Sauerstoff und Wasser. Somit muss man die natürlichen Bedürfnisse von den materiellen erst mal trennen. Dann was man zum Leben benötig, ist sicher kein Handy.

Ich mach das jetzt mal aus und dann schauen wir mal, was passiert. Nichts. Ich lebe noch.

Somit haben wir eine Art von Beschaffungskriminaliät legitimiert, die uns Lebenszeit kostet. Zudem auch Freiheit. Die uns im Gegenzug aber Sicherheit geben soll. Dem ist aber bei weitem nicht so. >So wenig, wie Künstler frei sind, so wenig ist man in seinem Arbeitsverhältnis sicher. Es ist alles eine Frage des eigenen Bedürfnisses.

Ich bin mir sehr unsicher geworden. Was man noch akzeptieren und dulden soll oder darf. Die Linien verlaufen da fließend. Aber alle, die viel Geld verdienen, geben mir deutlich zu verstehen, dass sie sicherer sind als ich. Aber auf der anderen Seite loben sie meine Freiheiten wie einer, der Boote verleiht in der Karibik. "Ja, du bist frei. Schau mal, ich unterlige nur Zwängen." Somit tauschen die Menschen Freiheit gegen Sicherheit? Nein, sie wollen gar keine Freiheit. Wie andere keine Sicherheiten benötigen. Man hält sich das nur gegenseitig vor. Udn zwar genau in dem Moment, wo man auf das Gegenteil trifft.

Dann beginnt die Rechtfertigung für die Beschaffungskriminalität. Warum entschuldigen sich immer alle bei mir, weil sie so viel Geld verdienen? Glauben die, es zwar zu verdienen, aber nicht verdient zu haben? Wie ein Reflex schießt es aus ihnen heraus. Die Sehnsucht nach einem Leben, zu dem sie nicht fähig und willens sind. Aber warum die Sehnsucht nach etwas, was man eigentlich nicht will? Alles haben zu wollen. Immer zu dominieren. Immer ihre Überlegenheit dokumentieren. Denn am Ende verdeutlichen mir diese Menschen nur eins: Ich kann mir Freiheiten kaufen und verzichte dabei auf keine Sicherheiten. Du hingegen lebst ohne doppelten Boden und ohne Netz in der Freiheit. Wie ein Affe im Dschungel.

Ich bin der Affe. Der witzige Kreative, der auf so vieles keinen Wert legt, worauf alle so einen erhöhten Wert legen. Dabei ist das gar nicht so. Gerne würde ich viel mehr Geld mit dem verdienen, was ich mache. Aber offensichtlich gestaltet sich das schwierig. Denn ich finde Geld auch toll. Sehr angenehm. Mit Geld kann man sehr viel schöne Dinge tun. Die Frage, die sich mir nur stellt, lautet: Was bin ich bereit für viel mehr Geld zu tun? Nichts! Und genau da liegt das Problem. Wie weit würde ich gehen für mehr Sicherheiten? Wie viel Freiheiten wäre ich bereit aufzugeben? Diese Fragen stellen sich mir nicht.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02
```

Irren ist menschlich (19)

"Die Computer der Zukunft werden vielleicht nur noch 1,5 Tonnen wiegen."

Die US-Zeitschrift Popular Mechanics, 1949. Quelle: Newsweek 27.01.1997

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01
```

Holländische Wasserwacht mit Hase und Fuß

Fragen über Fragen. Der Holländer an sich wirft Fragen über Fragen auf. Hier nur eine: "Was macht ein Hase bei der Wasserwacht?"

A) Wird extra zur Kinderrettung eingesetzt
B) Hat sich als Hasenfuß herausgestellt
C) Ist eine Osterpromotion

```
Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00
```

Donnerstag, 30. November 2006

Wahrnehmung

Ständiges Reflektieren kann ganz schön anstrengend sein. Alles, was man wahrnimmt, ob bewusst oder unbewusst zu hinterfragen. Auf seine Beschaffenheit hin zu durchleuchten. Wie ein leidenschaftlicher Antiquitätensammler, der über einen Flohmarkt geht. Und blitzschnell alles erfasst und bewertet, erkennt, beleuchtet, durchleuchtet. Und in sein eigenes System einordnet. Wie entspannt muss das Leben sein, wenn man ohne diese suchhafte, selektive Wahrnehmung vielem begegnen kann. Kein Blick auf die Uhr, die Schuhe von Menschen. Das Lächeln, die Hände. Kein Blick ins Bücherregal, in die CD-Sammlung. Telefonzellen einfach links liegen lassen. Doppelgaragen einfach das sein lassen, was sie sind. Wie für einen Arzt alle Patienten sind, so ist alles für mich mit einem Aufwand der Verarbeitung verbunden. Immer. Ständig. Außer nach der 2. Flasche Wein. Dann fährt der Großrechner der selektiven Wahrnehmung herunter. Das ist zwar keine Lösung, aber mal eine Pause.

Es ist eine Sucht, nichts sich selbst überlassen zu können. Immer die Geschichte dahinter oder davor zu suchen. Ganzes immer und immer wieder in Elementarteilchen zu zerlegen, um es wieder zusammenzusetzen. Aber eigentlich liebe ich diese Art, durch das Leben zu gehen. Denn mir wird nie langweilig. Weil es immer etwas zu entdecken gibt. Menschen, die sich alleine schrecklich langweilen, kann ich überhaupt nicht verstehen. Die mit sich und ihrer Zeit dann nichts anzufangen wissen. Das stellt mich vor viele Fragen. Wie kann das sein? Da setze ich mich einfach in ein Café und beobachte Menschen. Fahr Straßenbahn. Mit dem Auto eine Runde. Schau aus dem Fenster. Gehe spazieren. Lese alle Zeitungen, die mir in die Hände kommen. Höre Musik. Schreibe, schreibe, schreibe...

Mit der selektiven Wahrnehmung ist es manchmal wie mit einem Tinnitus. Man ist, obwohl man da ist, ständig auch überall anders. Das Geräusch im Ohr sind die Gedanken, die ständig umherfliegen und nicht auf einer Sache ruhen können. Für mich ist das ganze Leben wie unter einem Mikroskop. Jeden Tag schaue ich da durch und in der zigmaligen Vergrößerung entdecke ich alles mögliche. Was man nicht entdecken kann, wenn man nicht durch dieses Wahrnehmungsvergrößerungsglas schaut.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

Irren ist menschlich (18)

"Das Fernsehen wird nach den ersten sechs Monaten am Markt scheitern. Die Menschen werden es bald satt haben, jeden Abend in eine Sperrholzkiste zu starren."

Darryl F. Zanuck, Chef der 20th Century-Fox, 1946

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01

Wohin guckst du? Was siehst du?

Kommunikationen der Vergangenheit und auch noch der Gegenwart sind Monokulturen. Diktaturen der Sichtweise. Denn sie zeigen in der Regel nur eine einzige Sichtweise. Diese sollen alle Betrachter auf dieselbe Weise nachvollziehen können, wie derjenige, der diese Sichtweise geprägt hat. Kann das funktionieren? Und wenn, was funktioniert?

Wenn man ein obskures Objekt aufstellen würde, und man würde Menschen davor stellen, die dieses dann später beschreiben, dann würde sich aus der Menge der Beschreibung ein immer besseres Bild des Objektes zusammenfügen. Weil jeder bestimmte Teile seiner Wahrnehmung beschreiben würde. Die einen die Farbe, die anderen mehr die Form, die Größe, die Tiefe, das Material, den Ausdruck, die Oberfläche und so weiter. Wohl niemand könnte das Objekt in seiner vollkommenen Beschaffenheit so exakt beschreiben, dass alle Menschen es ebenso exakt nachvollziehen könnten. Werbung tut aber so, als ob sie genau das könnte.

Wenn man 100 Menschen kreisförmig um ein Gebäude verteilen würde und abwechselnd jeder beschreiben würde, was er sieht, müsste man resümieren, dass alle etwas anderes gesehen bzw. wahrgenommen haben. Denn mit jedem neuen Blickwinkel verändert sich die Sicht der Dinge. Somit beschreiben alle das Selbe völlig anderes, weil sie jeweils

einen anderen Blickwinkel einnehmen. Es klingt somit alles anders, aber ist das Selbe. Die Werbung behauptet, einen richtigen Blickwinkel zu zeigen.

Wir nehmen alles unterschiedlich wahr. Aufgrund von Bewusstsein, Unterbewusstsein, Prägung, Bildung, Umfeld, Alter, Geschlecht, Religion, Sexualität, Herkunft, Familienstand, Haushaltseinkommen, Tageszeit, Hunger, Durst, Sättigung, frieren, schwitzen, Zeit haben, gehetzt sein, psychologischer, physiologischer Eigenschaften, weil wir dick , klein oder groß sind. Blaue Augen haben. Eine Glatze. Lange Haare. Körpergeruch. Gut drauf sind. Gerade einen schlechten Tag haben und so weiter. Unzählige Einflüsse beeinflussen die Wahrnehung des Selben. Das Selbe ist somit völlig unterschiedlich.

Werbung umgeht dieses Tatsache mit einem simplen Manöver, das aber nur sehr mäßig funktioniert. Einfache, aufmerksamkeitsstarke Botschaften, möglichst stark und redundant zu penetrieren. Somit soll hier das Gesetz des Stärkeren sich durchsetzen. Was schon als Naturgesetz gescheitert ist. Denn die Werbewirkung ist nur hoch, wenn der Einsatz der Mittel hoch ist. Somit subventionieren viele Unternehmen ihren Umsatz. Würden sie weniger Umsatz in Kauf nehmen, könnten sie auf diese Art der Werbung ruhig verzichten. Und würden ebenso gut da stehen. Denn mit dem weniger Umsatz sind ja auch weniger Mittel aufgewendet worden.

An den verminderten Umsatz und die verminderten Kosten sind andere unangenehme Kosten gebunden, die man ebenfalls los wäre. Aber wenn man das macht, ist die Freude nur kurz. Denn plötzlich fällt der Umsatz weiter. Er bleibt nicht auf dem niedrigeren Niveau, sondern fällt weiter. Das ist schlecht. Auch alle Maßnahmen, diese Entwicklung zu stoppen, funktionieren nicht. Es bedarf einer Trendwende und dafür muss eine Entwicklung erst verlangsamt werden, gestoppt werden, umgekehrt werden und dann wieder beschleunigt werden.

Somit ist auch an falscher Werbung etwas Richtiges. Nur was? Die Präsenz. Der Kunde kann sich Inhalte und Informationen so gut wie gar nicht merken. Sondern nur eine Präsenz einer Marke nachempfinden. Diese Präsenz unterliegt nun Merkmalen, die meiner Geschäftsentwicklung zuträglich sein kann, oder dem entgegen wirken kann. Aber Präsenz ist wichtig. Denn nur durch diese können wichtige Verknüpfungen hergestelt werden. Man wird schlicht und einfach vergessen. Verschüttet. Man kann sich realativ schnell nicht mehr daran erinnern. Auch wenn die Präsenz mal sehr groß war.

Das glauben Unternehmen in der Regel nicht. Weil sie die Präsenz ihres Unternehmens aus dem eigenen Blickwinkel wahrnehmen. Und da ist es unvorstellbar, dass es an Präsenz fehlen könnte. Wenn mich ein Freund anruft und mir mitteilt, dass wir vor 6 Monaten das letzte Mal Kontakt hatten, dann kann mir das sofort auffallen oder nicht. Das ist eine Frage der Präsenz. Somit ist die Vereinfachung von Botschaften hilfreich. Weil sie auf das Konto der Präsenz immer wieder einzahlen. Aber ebenso wichtig ist die Relevanz dieser Präsenz. Denn was hilft es mir, dass ich nett war, hübsch, billig, nah oder cool, wenn die Kaufentscheidung letztendlich für jemanden anderen ausfällt?

Das ist ein starker und überzeugender Hinweis, dass man die Relevanz falsch eingeschätzt hat. Denn auch hier gilt das Prinzip des Blickwinkels. Oftmals kommunizieren Unternehmen das, was sie als relevant empfinden. Was aber bei weitem draußen so nicht der Fall sein muss. Somit fallen erfolgreiche Marken und Unternehmen in Sachen Kommunikation vor allem immer wieder durch die selben Faktoren auf: Genügend Präsenz. Hohe Relevanz. Positive Erscheinung. Und ein tragendes Involvement. Das mich immer an den Kundennutzen erinnert. Das alles kontaktnah, konsequent und mit einer großen Ideenvielfalt immer wieder an den Absender adressiert.

Somit gibt es keine integrierte Kommunikation, sondern eine integrierende Kommunikation. Denn eine integrierte Kommunikation berücksichtig ausschließlich den Blickwinkel des Unternehmens. Eine integrierende Kommunikation würde aber alle Blickwinkel der Zielgruppen berücksichtigen. Wie sie auf meine Marke auf meine Produkte fallen. Das können Unternehmen und Werber nicht leisten. Deshalb ereicht auch nur ein kleiner Teil, was man sich vom Budget erhofft. Würde man die vielen Kunden und seine vielen Blickwinkel berücksichtigen, dann würde man jeden Kunde bei ihm selbst abholen. Die Zeit drängt nicht. Es bleibt viel Zeit und es benötig viele Ideen, um immer mehr da abzuholen, wo man sie abholen kann.

Alles das braucht man natürlich nicht, wenn der relevante Kundennutzen alles übersteigt. Aber auch hier sollte man sich selbst ehrlich gegenüber sein. Seine eigenen Ideen erscheinen einem immer relevanter, als sie womöglich in Wirklichkeit sind. Ich weiß das.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Mittwoch, 29. November 2006

Glueckwunsch

meine liebe partnerin und langjaehrige freundin anne hat heute am 29.11.06 ihre tochter glen zur welt gebracht. mutter, tochter und vater ralf sind wohl auf. alles gute fuer glen, die heute juengste unter uns. alles gute glen fuer deinen lebensweg.

Geschrieben von Peter von Felbert um 20:40

Warum Sex für uns (nur hier) kein Thema ist

Genau deshalb: Weil wir nicht ein Blog für eine Nacht sein wollen. Weil wir keine Spanner, sondern Spinner wollen. Weil wir nicht nur benutzt, sondern auch respektiert werden wollen. Weil wir uns wenigstens hier mal nicht triebgesteuert gebähren wollen? Weil wir nicht nur die Aufmerksamkeit auf uns lenken wollen, sondern wirkliches Interesse gewinnen wollen. Weil wir keinen quantitativen, sondern qualitativen Verkehr wünschen. Weil wir wollen, dass man nicht nur einmal kommt, sondern immer wieder. Weil wir geiler auf Gedankenaustausch sind, als auf nackte Tatsachen. Weil wir nicht unter Vortäuschung falscher Tatsachen Surfer verführen wollen. Weil wir auf 1000e von Spam-Kommentaren, Trackbacks und andere Angriffe liebend gerne verzichten. Weil wir das trennen können und wollen. Und weil wir wissen, dass Sex nicht verkauft. Das bedeutet, man sich alles mögliche merkt, was alles nichts mit uns zu tun hat.

Deshalb ist Sex für uns eigentlich* hier kein Thema. Was aber nicht heißt, dass es nicht in allen anderen Lebenslagen ein weit führendere Rolle spielt. Wir sind nicht prüde oder irgendwie anderweitig seltsam gestrickt. Alles hat seinen Platz und hier wäre Sex am falschen Platz.

* Sag niemals nie! Sollte es sich wider Erwarten heraus stellen, dass man mit Lockvögeln immer ein paar schräge Vögel mit anzieht, dann wäre es überlegenswert. Aber bis jetzt können wir uns das beim besten Willen nicht vorstellen. Und es gibt keinen Beweis für diese These. So lange bleibt es erst mal dabei, dass wir keine Erwartungshaltung an einer Stelle aufbauen wollen, die wir selbst nicht bereit sind zu erfüllen. Denn wenn es uns nur um numerische Erfolge ginge, dann säh es hier ganz anders aus. Wir wollen keine One-Klick-Stands. Sondern echte Verbundenheit.

Obwohl, so ganz ohne Sex gehts dann auch nicht. Deshalb wenigstens so viel. Die Sex Pistols. Eine echt geile Nummer.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:03

Irren ist menschlich (17)

"Es gibt keinen Grund für eine Einzelperson einen Computer zu Hause zu haben."

Kenneth Olsen, Gründer der Computerfirma Digital Equipment Corp., 1977. Quelle: Newsweek 27.01.1997

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01

Das muss doch alles automatisch gehen

Nicht zu übersehen ist, dass der Mensch, vor allem der Businessmensch, immer ungehaltener wird. Im zermürbenden Wettstreit um die Zeit und das liebe Geld ist jede Sekunde kostbarer den je. Gerne bestellt der moderne Businessmanager alles à la Card. Aber liebt es, nur Menuepreise dafür zu bezahlen. Neben dem geldwerten Vorteil, den er sehr schätzt, muss das à la Card auch noch so schnell gehen, als ob man es einfach aus einem Kaugummiautomaten zieht. Dabei reicht seine Vorstellungskraft immer mehr nicht dazu aus, sich im Entferntesten

auszumalen, wie das, was er da will, für das bisschen Geld in dem Tempo frisch auf den Tisch soll.

So ein Prospekt, den man genau jetzt braucht. 80.000 Stück in 4 Farben. Lächerliche 24 Seiten. In zwei Sprachen. Ein paar Bilder, Text dazu und fertig muss das Ding doch sein. Das kann doch nicht länger dauern als 3 Tage. Nun geben Sie sich mal Mühe. Und was wird das wohl kosten? 500 €. Inklusive Shooting. Die Fotografen machen alles für jeden Preis. Und wenn nicht, dann Stock oder von diesen Internet-Dingern, Dings-Bums, Sie wissen schon. Die kosten nichts. Oder so gut wie nichts. Papier? Papier wird es doch wohl geben. Eine Druckerei ohne Papier. Ist ja wie ein Auto ohne Sprit. Das ergibt doch keinen Sinn. Machen Sie mal. Sie sind doch die Agentur.

Unwissenheit schützt nun mal vor Torheit nicht. Und nur, weil diese Top-Manager in ihrem Elfenbeintürmchen sitzen, heißt das noch lange nicht, dass man diese die ganze Zeit mit Samthandschuhen anfassen sollte. Ganz im Gegenteil. Auf der einen Seite keine Ahung und auf der anderen aber immer allen erklären, wie es funktioniert.

Die verhalten sich im Restaurant auch so flegelhaft. Müssen immer die ersten sein. Und immer alles sofort und warum dauert das denn so lang. Im Flughafen kann man das auch beobachten. Flieger hat Verspätung, dann rennen die alle zur Bodenbesatzung und lassen mal richtig den Manager raus. So geht das nicht. Das hat Folgen.

Ahnung haben kann in der modernen Welt eigentlich nur hinderlich sein. Mann muss sich mehr darum kümmern, einen Hund zu haben, dem man den Tritt weitergeben kann. Wer Ahnung hat, muss doch einfach verrückt werden. Wer nicht weiß, was für einen Blödsinn er da redet und wem zudem die Folgen völlig unklar bleiben und er immer einen Schuldigen zur Hand hat, dem geht es viel besser als demjenigen, der leider weiß - was fürn Scheiß.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Dienstag, 28. November 2006

menschen: mustafa und ali

Geschrieben von Peter von Felbert in Menschen um 17:58

zeichen 30: coca cola, theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 17:57

The lucky punch business strategie

Das meiste, was uns gut gelingt oder völlig daneben geht, wird begleitet von Umständen, die wir nicht kontrollieren und/oder beeinflussen können. Glück, Pech, Schicksal. Manchmal wird man getroffen und geht zu Boden. Und manchmal trifft man voll ins Schwarze. Die erfolgreichen schreiben Bücher darüber, wie es wirklich und richtig geht. Die nicht Erfolgreichen schreiben keine Bücher. Die Erfolgreichen halten Seminare und Vorlesungen und werden überall zitiert. Die weniger Erfolgreichen nicht. Somit sind 99% alle publizierten Erfolgsstorys Anleitungen zum Erfolg. Trotzdem bleibt die Quote der Erfolge und Misserfolge gleich.

Das lässt die Theorie zu:
Höchstwahrscheinlich nicht erfolgreich ist jemand, der sich aus schon realisierten erfolgreichen Konzepten bedient, kopiert, ableitet oder diese versucht, in irgendeiner Weise auf sich zu übertragen.

Beweis:
Alle sich Orientieren an den schon realisierten erfolgreichen Konzepten und Quote der Tops und Flops bleibt ziemlich konstant und gleich.

Nur maximal 1% aller Ideen entwickelt sich zu einem Erfolgskonzept. Das heißt, 99% aller Ideen scheitern.

Würde man also über die 99% gescheiterten Ideen kommunizieren, müsste sich die Entwicklung umkehren. Denn aus dem Scheitern müsste man wesentlich mehr für seine Ideen ableiten können. Das heißt im Umkehrschluss, 99% aller Ideen würden erfolgreich und nur noch 1% würde scheitern.

Die Begleiterscheinung wäre sicherlich, dass sich die Summe der Ideen, die verfolgt würden, drastisch reduzieren würde, weil man aus dem Scheitern der vielen anderen schnell für sich Schlüsse ziehen würde. Und die Ideen, die man mit Vehemenz verfolgen würde, hätten aus demselben Grund eine größere Erfolgschance.

Somit verfahren wir im Jahr 2006 immer noch nach dem Lucky Punch Prinzip. Was auch in der Boxerwelt zur Folge hat, dass derjenige, der sich ausschließlich auf seinen Lucky Punch verlässt, in der Regel vom besseren Boxer zuvor in den Ringstaub gehämmert wird.

Da wird Roulette gespielt. Mal sehen, was dabei raus kommt. Somit verlassen wir uns nur auf eins: aufs Glück. Nicht auf unser Vermögen. Da ist man sicher. Eine verdrehte Welt. Wer das nicht glaubt oder nachvollziehen kann, der muss sich mal ein paar Zahlen zu Gemüte führen. Zum Beispiel, wie viele Produktneueinführungen innerhalb von 12 Monaten scheitern. Das sind weit über 90%.

Und was lernt der Mensch daraus? Nichts! Neues Spiel - neues Glück.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03

Irren ist menschlich (16)

"Das Internet wird kein Massenmedium, weil es in seiner Seele keines ist."

DIE WELT, 24.03.2001

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:02

Alles & Mehr

"Alles & Mehr" sind zwar geflügelte Worte geworden und in fast jedem Claim oder in vielen Unternehmensbezeichnungen zu finden. Aber sicher nicht, wie in diesem Falle, wirklich ungelogen im wahrsten Sinne der Wortes. Den Ursprung, also die Mutter all dieser haltlosen Behauptungen ist hier zu finden. Aber niemals zu überschauen. Der Einzige, der wirklich "Alles & Mehr" mit gutem Gewissen von sich behaupten kann, ist Kaplonski in München auf der Schwanthalerstraße. Hier gibt es alles, was man braucht. Und das ist nur die winzige Spitze eines Eisbergs von Massen an Produkten, deren Namen ich nicht kenne und nie kennen lernen werde. Und hier endet auch der Begriff "Fachhandel". Denn die sind so was vom Fach, dass man sich vorher genau überlegen sollte, was man braucht. Sonst bricht da drin sofort brüllendes Gelächter aus. Die wissen in Sachen Werkzeug und Handwerk so was von alles, dass man sie kurzer Hand von allen Gewinnspielen, die sich mit diesem Thema befassen, kategorisch ausgeschlossen hat. Hier wird Ihnen wirklich geholfen. Und hier gibt es alles das, was überall woanders erst wieder in 3 Wochen kommt. Oder es anscheinend nicht mehr gibt. Oder man überhaupt noch nie gesehen hat. Full-Service, Vollsortiment, volle Kanne. Wer mal wirklich erleben will, wie das ist, der muss da mal hingehen und nach etwas Ausgefallenem fragen. Ich garantiere: So weit wie die kann ein normaler Mensch gar nicht denken.

Ich bin gerne da. Weil ich noch nie mit leeren Händen gehen musste oder ohne eine bessere Lösung. Man muss etwas Zeit mitbringen. Aber das ist es wert. Liebe OBIs und Praktikas dieser Welt - Kaplonski ist in einer anderen Welt und Liga. Das ist mal sicher.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 07:00

Montag, 27. November 2006

weite welt 58: dhl, west theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:07

Sonntag geht es los. TV-Rückblick-Marathon. Menschen 2006. Johannes, der ganz Nette, macht den Anfang.

Einer muss den Anfang machen, sonst wird die Zeit eng. Und da kommen sie wieder: 455 Jahresrückblicke, einer peinlicher als der andere. Weil es immer mehr gibt. Wenn sich etwas verbreitet hat wie eine Seuche, dann die Jahresrückblicke. Wird Zeit, dass mit dem Thema mal jemand kreativ ins Gericht geht:

Die 10 besonderen note Jahresrückblicke:

1. Die Lügenbarone aus Politik, Wirtschaft und Medien – das habe ich so nie gesagt oder nicht so gemeint
2. Der Rückblick der Eintagsfliegen: Informationen, welche die Welt nie brauchte
3. Der Rückblick der Rücktritte: Und tschüss
4. Der Terrorrückblick: Das war ein Bombenjahr
5. Der Wetterkartenrückblick: 365 mal knapp daneben gelegen
6. Der Ankündigungsrückblick: Große Ansagen, vom Winde verweht
7. Der Schleichwerbungs-Rückblick: Haben Sie das gesehen?
8. Der Staurückblick: Die schönsten und längsten Staus
9. Der Fehlalarm-Rückblick: Viel Lärm um nichts in Deutschland
10. Der Produkteinführungsrückblick: Produkte, die wir alle verpaßt haben und die es schon bald nicht mehr geben wird

Auch schön:
11. Der Spritpreise-Rückblick

Fortsetzung folgt...

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 18:05

Human Marketing: Quo Vadis

Fernsehsender müssen sich an Einschaltquoten orientieren. Denn wo die hohen Einschaltquoten sind, da lässt sich Werbung platzieren. Und mit Werbung verdient der Sender sein Geld. Somit sind das A und O der Sender die Einschaltquoten. Das ist das erste, was sich die Verantwortlichen jeden Tag ansehen und das Letzte, worauf sie den Blick werfen.

Das führt dazu, dass so gut wie alle Sender sich diesen Gesetzmäßigkeiten unterwerfen. Das führt widerum dazu, dass nur noch bestimmte Gefühlswelten der Zuschauer bedient werden und werden können. Die Sensationslust, der Neid, die Gier, die Schadenfreude, die Katstrophe, das Messen, der Sport und so weiter. Einen anderen Auftrag neben dem der Einschaltquoten kann ein Sender nicht verfolgen, weil er sonst pleite geht. Und die, die es könnten, machen es nicht, weil sie sich ja mit den anderen messen wollen.

Die Verantwortung für das, was ausgestrahlt wird, ist der Verantwortung Zahlen zu liefern gewichen. Das ist so, als ob ein Nahrungsmittelhersteller allen seinen Kinderprodukten Zucker beimischt. Aber so tut, als ob diese gesund wären. Der Druck der falschen Ziele verdirbt das Produkt. Und die Moral und den Charakter derer, die sich in diesen Märken bewegen. Nicht unbedingt weil sie wollen, sondern weil sie müssen.

Human Marketing sollte funktionieren wie heißes Wasser, das man in eine Badewanne lässt, die nur mit kaltem Wasser gefüllt ist. Das heißt langsam aber stetig nimmt das Wasser die Temperatur an, in der man sich wohl fühlt. Oder der Kunde, der Markt, die Lieferanten, der Mitarbeiter und alle anderen Beteiligten.

Denn es heißt nicht ohne Grund Human Capital. Was nützt uns Erfolg, wenn der Mensch sich darin nicht wohl fühlt? Das Beispiel der Fernsehsender kann man auf alle anderen Branchen einfach übertragen. Die Zahl ist wichtiger als der Mensch. Und der erzielte Erfolg ist aus Sicht der Zahl zu rechtfertigen, aber nicht aus Sicht des Menschen. Somit kommt eine neue Qualität der Verantwortung auf Märkte, Branchen und Unternehmer zu. Sich verantwortlich zu zeigen. Und daraus einen Benefit zu machen. Einen USP. Einen Vorteil. Ein relevanter Kundennutzen wird der Grad der Verantwortung sein, die jemand übernimmt. Das wird dauern. Aber es wird passieren. Denn die Menschen fühlen, dass eine Welt aus Zahlen wie in kaltem Wasser baden ist. Da können alle noch so viel davon reden, wie gesund das angeblich sein mag. Vor allem diejenigen, die im Warmen sitzen, weil alle anderen dafür im Kalten sitzen müssen. Das wird der Konsument nicht mehr lange unterstützen. Und somit zieht der Markt weiter immer den sich ändernden Bedürfnissen nach.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:05

Balance Marketing: Die Krux der Marktgesetze

Alles muss markt- bzw. mundgerecht sein. Der Markt hat seine Gesetze. Deshalb müssen alle Produkte und Dienstleistungen diesen folgen. Müssen? Nein. Tun sie aber weitesgehend. Alles an einem Produkt oder einer Dienstleistung wird numerisch dargestellt. Ganz am Anfang in Businessplänen, am Ende in Gewinn, Absatzzahl, Verlust und allen anderen numerischen Darstellungsmöglichkeiten. Markanteile, die Menge der Käufer, die der Händler. Wir wissen in Zahlen ausgedrückt alles über unsere Produkte und Dienstleistungen.

Trotzdem funktioniert das meiste nicht wie geplant. Irgendwas beeinflusst die Zahlen positiv wie negativ. Und zwar so, dass man es in keine Kalkulation einplanen kann. Rückblickend wird trotzdem jeder Erfolg und Misserfolg aber wieder in Zahlen zerlegt. Somit ziehen wir keine Erkenntnisse aus Entwicklungen. Sondern fangen immer wieder von vorne an.

Trotzdem halten wir an diesem numerischen Wertesystem fest. Sogar, wenn ein Wirtschaftsnobelpreis an einen Herren geht, der genau diese Ratio widerlegt und ihr genau das Gegenteil attestiert. Nicht theoretisch, sondern praktisch bewiesen.

Weil die Krux eben die Marktgesetze sind. Und alle sich daran halten. Würde man auch hier jedem numerischen, rationalen Wert einen emotionalen an die Seite stellen, dann würde man die Gesetzte des Marktes langsam in die richtige Richtung bewegen. Sind die Kunden glücklich mit dem Produkt? Verstehen die Kunden das Produkt? Sind die Menschen, die es produzieren, stolz auf das, was sie da bauen? Ist der Nutzen ein relevanter Kundennutzen? Also braucht jemand das Produkt wirklich? Ist es wirklich gesund? Ist es wirklich sicher? Hält es das, was es verspricht? Alle diese Aspekte werden für die numerischen Werte übergangen und hintergangen. Es wird immer billiger produziert, um den Gewinn so hoch wie möglich zu halten. Es werden immer billigere Materialien eingesetzt. Der Mensch wird immer billiger eingesetzt. Alles wird für eine möglichst hohe numerische Wertschöpfung getan. Das Ergebnis erleben wir tagtäglich. Nahrungsmittel, die ungenießbar sind, sind da nur die Spitze eines Eisbergs, der im Stom der bestehenden Marktgesetze auf Kollisionskurs mit seiner wichtigsten Zielgruppe ist. Den Abnehmern.

Deshalb gehört zu Recht die Zukunft Unternehmen, die alles das in ihren Überlegungen berücksichtigen. Die neben der laufenden BWA auch eine laufende EWA haben: Emotionalwirtschaftliche Auswertung. Die Erfolgreichen werden die Unternehmen sein, die im Nehmen und Geben ein Gleichgewicht erzeugt haben. Und das gilt für alle Bereiche des Unternehmens. Die Kunden werden für Produkte dieser Unternehmen sogar bereit sein, mehr zu zahlen und ihr Konsumverhalten zu verändern, weil sie das gute Gefühl begleitet, mit dem Kauf etwas Wichtiges zurückzugeben.

Deshalb wundert es mich, das Institutionen wie das Rote Kreuz oder UNICEF hier ihren Vorteil nutzen und einsetzen. Und wesentlich proffessioneller in den Markt eingreifen und sich ein gutes Stück vom Kuchen selber holen. Anstatt ständig andere darum zu bitten. Wenn Tabak-Hersteller Modefirmen begründen können, was ist dann erst möglich, wenn z.B. UNICEF als Brand sich etablieren würde?

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:03

Irren ist menschlich (15)

"In den nächsten fünfzig Jahren wird kein Mensch fliegen."

Wilbur Wright (Flugpionier), 1901. Quelle: Newsweek 27.01.1997

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:02

Sonntag, 26. November 2006

Ein weiteres meiner weltberühmten bekannten runden Flugobjekt-Fotos

Eingefangen, mein erster Ballon, mit dem Zoom meiner kleinen Nikon Cool Pix. Am Sonntag den 26. November. Entfernung vom Objektiv ca. 15 Kilometer. Wenn das man reicht. Ist schon alles ein Wunder der Technik. Ich bin selbst überrascht und beeindruckt.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 19:04

Ü 30?!

Schon seltsam zu beobachten wie sich eine Zeit von einer kompletten Zielgruppe abtrennt. Abkapselt. Ü 30 klingt eigentlich wie Ü60. Da wird dann Musik gespielt, die nirgends mehr läuft. Und es gibt Getränke die lange nicht mehr ausgeschenkt werden. Man darf wieder tanzen nach Rhythmen die man versteht und vor allem spürt. Mann kann Klamotten anziehen, die man lange im Schrank hat hängen lassen müssen. Die Zeitintervalle der Generationen werden immer kürzer und kürzer. 5 Jahre reichen mittlerweile schon aus und man trifft auf völliges Unverständnis. In allen Bereichen der Gesellschaft. Wenn das so weiter geht, dann gibt es bald Ü22,5 und Ü 16,8 ...

Geschrieben von Christof Hintze um 10:18

Plakatdschungel

Zu viele Botschaften sind des Hasen Tod. Zu viele Farben. Zu viele Formen. Zu viele Wörter. Zu viel von allem ist der Botschaft Untergang. Wobei Plakte noch dem besonderen Umstand ausgesetzt sind, dass diese nur von wahrschenlichen Kontakten leben. Tagsüber. Schon verrückt und witzig, wie jeder versucht auf engem Raum lauter zu werden um sich durch zu setzen. Was in allen anderen Mediem ähnlich verläuft. Wie bei einem Abendessen mit 10 Personen, wenn alle immer lauter durcheinander erst reden, dann lauter sprechen, dann schreien, dann brüllen... Was man lauter sagt, wird eben nicht richtiger, sondern nur lauter. Das niemand auch nur einen Moment darüber nach denkt die Wirkung zu erhöhen, statt nur die Aufmerksamkeit. Wie auch? Gute Kommunikation ist dann eben aus gutem Grund auch nur den Guten vorbehalten. Ist auch gut so. Wäre ja auch tragisch, wenn das jeder könnte.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 10:09

Vollkommen

Samstag, Nachmittag. 20 Grad. Ruhe. Corinne Bailey Rae auf dem Ohr. Nichts. Außer man selbst. Mit sich selbst. Ein vollkommender Moment. Das Lebensglück in beiden Händen halten. Für einen kurzen Moment. Dann ist er schon vorbei. Der Glücksmoment. Er beeindruckt nicht durch seine länge. Dafür wäre er viel zu kurz. Sondern durch die unglaubliche emotionale Höhe die er erreicht. Das macht ihn so unverwechselbar. Und für viele so schwer zu finden. Weil sie an den falschen Stellen suchen.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 09:55

Ein besonders weiteres meiner weltberühmten bekannten Düsen-Flugobjekt-Kompositionsfotos

Sechs Jahre, 122 Tage, 4 Stunden, 8 Minuten und 55 Sekunden habe ich auf diesem einen Moment gewartet.

Ausgeharrt habe ich um diese Elemente zu einem Foto zu vereinigen. Jesus und einen Düsenjet. Jeden lieben langen Tag lag ich auf der Lauer. Immer die Kamera im Anschlag. Blödsinn. Reines Glück. Zufall. Obwohl?! Wer da in dem Moment nicht hinschaut, die Kamera zieht und abdrückt, dem hilft auch der Zufall nichts. Somit hatte ich das Bild schon vor meinem inneren Auge. Das hat was.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 09:47

Samstag, 25. November 2006

weite welt 59: fussballspiel, theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 22:17

weite welt 58: mubarak, theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 22:15

zeichen 31: karren, theben, aegypten

erinnert sie dieses bild an eine bekannte firma? ja, komisch. ich bin auch sofort drauf gekommen.

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 19:11

Freitag, 24. November 2006

weite welt 57: theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:08

weite welt 56: theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:03

weite welt 55: theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:02

weite welt 54: theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:01

weite welt 53: theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:58

weite welt 52: lybische wueste, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:01

weite welt 51: lybische wueste, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 18:59

weite welt 50: lybische wueste, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 18:58

weite welt 49: lybische wueste, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 18:57

weite welt 48: lybische wueste, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 18:56

weite welt 47: lybische wueste, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 18:54

weite welt 46: lybische wueste, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 18:51

Liebe beruht auf Gegenseitigkeit – Autumn leaves. Ein Liebenserklärungsversuch.

Autumn Leaves

Das ist ein Musikstück. Den Jazzliebhabern sicher bekannt. Von vielen Jazzgrößen zum Besten gegeben, wird hier der Abschied vom Herbst in allen Klangfarben wiedergegeben. Der Ursprung dieses Stückes ist, was nur wenige wissen, Frankreich, und heißt dort: "Les Feuilles Mortes". Was so viel heißt wie: "Das Sterben der Blätter".

Warum ich über dieses Musikstück schreibe? Weil es zu meinen Lieblingsstücken zählt. Wenn nicht sogar mein Lieblingsstück ist. Denn nichts drückt den Jazz in seiner Sehnsucht, Melancholie, seinem Hang zum Schmerz, seiner Verspieltheit, seiner Leidenschaft, seiner Coolness, seiner großen Kraft für das Gute besser aus. Es ist das Stück. Das eine. Das ich so gerne höre. Warum? Warum, habe ich mich gefragt. Warum dieses? Und habe mich auf die Suche nach der Antwort gemacht. Und mir sind da einige Dinge aufgefallen. Ich habe einiges entdeckt, was mir Antworten auf meine Frage gab.

Bei der Reise in die Vergangenheit eines der großen Jazz-Standards verschlug es mich über den Ozean. Ins alte Europa. Die Wurzeln dieses Stückes fand ich überraschenderweise in Frankreich. Da ich mich als frankophil bezeichnen würde, hat es mich besonders gefreut, dass der Ursprung eines der Jazzklassiker im Herzen meiner Leidenschaft liegt. In Frankreich. Das Land, das für den Genuss steht. Der Wein, der Käse, die Cafés, das Restaurant, das Boule Spielen. Das Land der Impressionisten. Das Land von Truffaut und Bunuel. Die Wiege der Magnum Fotografie. So vieles verbinde ich mit meinem Frankreich, dass ich mich gefreut habe, dass "Autumn Leaves" aus dem Land meiner Genüsse stammt. Wie sollte es auch anders sein.

Somit sind für die eigentliche Komposition und den Text Joseph Kosma, Johnny Mercer und Jacques Prevert verantwortlich. Es gibt zwei Aufnahmen vom ursprünglichen Titel. Einmal von Edith Piaf und von Yves Montand. Die Piaf gibt den ursprünglichen Titel genauer wieder. So dass man die Verwandtschaft gut erkennen kann. Erstmals wurde er in der uns besser bekannten Version von Gordon Jenkins arrangiert, schon im Jahre 1950. Zur ersten Aufnahme kam es am 10. April 1957 in Los Angeles. Und erschien auf dem Capitol Album "Where are you?", dem ersten Stereo-Solo-Album von Frank Sinatra. Er hat das Stück aber auf seiner Welttournee im Frühjahr 1962 nur einmal "live" gespielt. In London sang er "Autumn Leaves" als Trio mit Gitarre und Flöte.

Dann verschwand das Lied, bis es in den 80er ein großes Bühnen-Comeback hatte. Sinatra hat diesem Lied, wie vielen anderen, seinen Standard aufgedrückt. Das war das Original. So scheint es und so wird es in der Jazzwelt auch verstanden. Obwohl es weitere atemberaubende Interpretationen gibt. Einige davon habe ich hier mal aufgelistet: Yves Montand, Edith Piaf , Wynton Marsalis, Bill Evans, Chet Baker & Paul Desmond, Doris Day, Diana Krall , Duke Ellington, Earl Klugh, Erroll Garner, Frank Sinatra, Harry James , James Morrison, Joe Pass, Keith Jarret , Miles Davies And Cannonball Adderley, Miles Davis, Nat King Cole, Pat Metheny, Patricia Kaas, Toots Thielemans, Joe Pass ... und viele mehr. Ich habe über 70 Interpretationen zusammen und es werden ständig mehr. Das sind die schönsten mir bekannten Versionen von "Autumn Leaves".

Der Komponist Joseph Kosma hat eigentlich Filmmusik geschrieben. Viel für Jean Renoir. Er ist in Budapest geboren am 22. Oktober 1905. Er hat am Konservatorium in Budapest studiert, ging dann an die Berliner Oper, bevor er 1929 Bert Brechts Ensembles beitrat. Kurt Weill und Hanns Eisler hatten großen Einfluss auf die Arbeit von Kosma. Mit dem

Schreiben von Filmmusik ging er dann 1933 nach Paris. Hier kam es zur Zusammenarbeit mit Jean Renoir. Ein Fixpunkt darin ist in 1936 'Le Crime de Monsieur Lange'; ihre Partnerschaft setzte sich über 'La Grande Illusion' (1937) und 'La Regle du Jeu' (1939) fort. Kosma schrieb auch die Musik zum Marcel Carni-Klassiker 'Les Enfants du Paradis' (1943), im gleichen Jahr für Jacques Privert für das Ballet Rendezvous. Kosma und Privert schrieben einige Stücke zusammen, und dazu gehört auch 1947 "Autumn Leaves", ins Englische übersetzt von Johnny Mercer.

Insgesamt tendierten Kosmas Arbeiten aber mehr in Richtung klassischer Themen als zur populären Musik. Obwohl es auch zu Operetten und Komischen Opern kam, wie 'Les Chansons de Bilitis' (1954) und 'Un Amour Electronique' (1962), sowie 'La Revolte des Canuts' (1964).

Kosma starb in der Nähe von Paris am 7. August 1969.

"Autumn Leaves" ist einer der Standards überhaupt. Da führte ja irgendwann gar kein Weg drum herum. Tatsächlich hat Kosma ziemlich auf einfache Kompositionstechniken zurück gegriffen, was aber nur beweist, dass das Einfache oft attraktiver ist als das Komplexe. Und wenn man nach Versionen von "Autumn Leaves" sucht, findet man wieder alle Namen, die uns bei den anderen Stücken auch schon untergekommen sind.

Man muss es hören, um es zu verstehen. Man muss sich darauf einlassen. Es geht nicht um Gefallen an dieser Stelle. Sondern um die Entdeckung, dass auch im Jazz das Einfache so schwer ist. Und dass nur das Einfache zu wirklich Großem führt. Die Geschichte muss zur Botschaft passen. Die Übereinstimmung muss ineinander greifen. Das erlebt man nur noch selten. Wie zum Beispiel bei Grönemayers "Der Weg" oder bei "Tears in Heaven". Obwohl hier natürlich die offensichtliche Betroffenheit große Wirkung entfaltet. Das braucht "Autumn Leves" nicht. Es braucht nur eine einfache Geschichte. Die musikalisch erzählt wird. Das Fallen der Blätter im Herbst. Das sich verändernde Licht. Die kühle und frische Luft, die sich breit macht. Die tief stehende Sonne. Wenn der Herbst geht, hat die Natur dafür ein grandioses Schauspiel vorgesehen. Auch der Mensch bleibt vom Wandel der Jahreszeiten nicht unberührt. Alles das konzentriert sich in diesem einen Stück. Wer den Herbst sich verabschieden hören will, der muss sich dieses Stück ansehen.

Es gibt so außerordentliche Interpretationen, die so schön und vollkommen sind, dass mir oft der Atem stockt. Das ist keine Übertreibung, das ist so, als ob man vor einem Seerosenteich von Monet steht. Einer Landschaft von Cézanne. Es ist wie einer diese unglaublichen Weine aus dem Burgund. Es ist erhaben. Nicht von dieser Erde. Es ist so gut, dass alles andere dagegen so schlecht aussieht. Das Bessere stellt das Gute sofort in den Schatten. Der Herbst entblößt. Er gibt die Sicht frei. Die Hüllen, das schützende Kleid der Natur fällt.

Ebenso klingt es. Weglassen, um den Blick frei zu geben. Die Komposition macht das, was die Natur vorgibt. Das Gehen wird in Noten dargestellt. Nicht das Kommen, das Strahlen, nicht das Blühen. Sondern das Vergängliche. Das Verabschieden.

Wie kann etwas so Gutes so einfach sein? Hier scheint der Schlüssel, in diesem Fall der Musikschlüssel, zu liegen.

Die Übersetzung des englischen Textes von „Autumn Leaves“:

Die herabfallenden Blätter driften am Fenster vorbei, die roten und goldenen Herbstblätter
Ich sehe deine Lippen, die Küsse des Sommers, die sonnenverbrannten Hände, welche ich versuchte, zu halten.
Seit du mich verlassen hast, werden die Tage länger und schon bald werde ich diese alte Wintermelodie hören.
Aber ich vermisse dich mehr als alles andere, mein Schatz, sobald die Herbstblätter beginnen hinabzufallen.

Und der englische Text.

The falling leaves
Drift by the window
The autumn leaves
Of red and gold
I see your lips
The summer kisses
The sunburned hands
I used to hold
Since you went away
The days grow long
And soon I‘ll hear

Old winter‘s song
But I miss you most of all
My darling
When autumn leaves
Start to fall

Bemerkungen:

Cosma heißt auch die Tochter meiner langjährigen Art Direktorin Regina Kremer. Dass der Komponist in der Geburtsstadt meiner Eltern gearbeitet hat. Und dann auch noch bei einem meiner großen Vorbilder, Bertolt Brecht. Und mit Kurt Weill. Er lebte lange in Paris, der Stadt, die im Zentrum des Fernwehs meiner Jungend stand. Ein französischer Chanson, der schon in seiner Muttersprache nicht viel schöner sein könnte. Parallelen zu "Mackie the knife" liegen nahe.
Vieles habe ich nicht gewusst. Sondern das Stück hat mir einfach nur gefallen. Mehr als andere Stücke. Jetzt kenne ich die Geschichte dazu. Und sie wird zu meiner. Denn die Qualität, die mich ergriffen hat, kommt nicht von irgendwo, sondern entspringt anderen Qualitäten auf gleichem Niveau. Vielleicht habe ich das gespürt. Gewusst jedenfalls habe ich es nicht. Jetzt fühle ich mich in meinem Gefühl bestätigt. Aus den tausenden von Jazz Songs mir den einen herausgegriffen zu haben, der offensichtlich wirklich zu mir passt.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 09:01

Donnerstag, 23. November 2006

(Erinnerung) Chiemgau VI

Werner Koslowski, der Küchenchef vom Alpenhof in Frasdorf, entschuldigte sich bei uns: „Tschuldigung, Kinder, aber ich muss wieder in die Küche". Er redete während er sich im Rückwärtsgang seiner Küche näherte. Er hat zweieinhalb F und eine Art, die man schlitzohrig nennen kann. Wenn nicht mehr.
„Sie hat schöne Augen", hatte er gesagt und ihr dabei ans Kinn gefasst; einfach so, als wir schon beim Hinausgehen waren.
„Kommt doch noch mal wieder, ihr könnt euch auch ruhig mal an die Bar setzen", rief er uns hinterher. „Sie kann auch mal alleine kommen", hatte er noch gesagt und dabei gelacht.
Ich hatte auch gelacht und gedacht, dass mir das mit den schönen Augen schon lange vor ihm aufgefallen war.
„Ganz schön dreist", hatte sie gesagt, „fasst mir einfach ans Kinn. Der hat an unserem Tisch auch schon dauernd so geglotzt."
Ich nahm sie bei der Hand. „Der lässt bestimmt nichts anbrennen."

Geschrieben von in Weite Welt um 19:02

Darf ich vorstellen mein Steinway & Mouse

Hau rein. In die Tasten. Schreiben ist so wundervoll, wenn man den Kopf voller Gedanken und den Rücken frei hat. Warum gibt es eigentlich keine Tastatur mit weißen und schwarzen Tasten? Wenn die Finger über die Klaviatur des Laptops fliegen. Leider kann ich kein Klavier spielen, aber so stelle ich mir das vor. Die Zeit vergeht wie im Fluge. Der Kaffee ist schon wieder kalt geworden. Das Telefon klingelt jetzt schon 30 Minuten nicht. Ruhe. Inspiration. Lust. Wenn man improvisiert und um ein Thema kreist, es überfliegt um es heraus zu lassen. Musste ich einfach mal beschreiben.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 15:58

Massengeschmack

Ein noch unberühmtes Sprichwort sagt: "Wer es allen gerecht machen will, macht es niemandem gerecht, vor allem sich selbst nicht." Was wollen uns diese Worte sagen? Masse verliert unweigerlich an Klasse. Denn wenn etwas maximal vielen und allen schmecken soll, dann schmeckt es nach nichts. Somit schmeckt es schon mal nicht schlecht. Denn was nach nichts schmeckt, schmeckt logischerweise nach nichts. Wenn man Fosters oder Bud trinkt, dann weiß man, wovon ich spreche. Oder kennen Sie diesen identischen Geruch von Frühstückbuffets in Hotels? Nicht! Die stinken alle gleich. Und alles schmeckt nach nichts. Somit ist allen gedient. Man kann zwar einige, aber nicht Tausende exzellenter Milchkaffees machen.

Wir glauben, der Verlust von Geschmack ist nicht gut auf Dauer fürs Geschäft. Weil die Produkte identisch geschmacklos sind. Somit entscheiden nur noch die Marken über die Kaufentscheidung. Obwohl der Inhalt für alle gleich nach nichts schmeckt.

Wir wollen uns eigentlich nur um Aspekte bemühen, die genau das Gegenteil sind. Die einen relevanten Kundennutzen haben. Die Geschmack haben. Einen unverwechselbaren. Der nicht allen schmeckt. Aber allen mit einem Hang zum guten Geschmack. Für die große Welt der Geschmacklosigkeit gibt es andere und bessere. Aber wenn es darum geht, die Besonderheit, die Eigenart herauszustellen – da fühlen wir uns wohl und zu Hause.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:03

Irren ist menschlich (14)

"Bohrer für Öl? Sie meinen, in die Erde bohren und versuchen Öl zu finden? Sie sind verrückt."

Technische Fachkräfte, die Edwin L. Drake für die Ölsuche einstellen wollte, 1859. Quelle: www.futurestudies.co.uk

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:02

Hinhören und weghören

Es gilt in der Flut der Informationen und Signale das Wesentliche vom Unwesentlichen zu trennen. Dabei muss man die Scheu der Unhöflichkeit ablegen. Sonst wird man nicht nur zugemüllt, sondern es kostet auch unnötige Energie. Ich lösche zum Beispiel alle E-Mails, auf denen ich nur als "cc" vermerkt bin. Und alle, die mich auf Anhieb nicht interessieren. Mir als Spam vorkommen. Oder auf den ersten Blick einfach unwichtig erscheinen. Das dauert nicht mal eine Sekunde. Weg damit. Beim Fernsehen dasselbe. Sobald nur ein Anflug von Desinteresse bei mir aufkommt. Und da genügen Spurenelemente. Da schalte ich um oder aus. Bei der Post dasselbe. Post mit Freistempeln wandern umgehend in die Post. Anrufer, die keinen klaren Grund erkennbar machen, kommen nicht durch oder hören sofort einen Piepton. Und so geht das weiter. Ich lerne zu ignorieren. Und zu übergehen.

Das alles, um dem wenigen Wichtigen die gebührende Aufmerksamkeit zuteil werden zu lassen. Oft werde ich gefragt: Woher nimmst du dir immer die Zeit? Und meine Antwort ist immer die selbe: Ich nehme mir nicht die Zeit, sondern ich folge meiner Lust.

Das Weglassen wird zunehmend wichtiger. Einfach weghören. Oder genau hinhören. Das schafft Raum für alles einem Wichtige. Denn am Ende gibt es über das Jahr einige Zeitpunkte, an denen ich mir zurückblickend nicht vorwerfen will, dafür hatte ich einfach keine Zeit. Das ist eine Lüge. Das stimmt nicht. Ich habe nur die falschen Prioritäten gesetzt. Ein Vorwurf, den ich mir gegenüber nicht geltend machen möchte. Das würde mich sehr ärgern.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Mittwoch, 22. November 2006

Jungs - Die Luft wird dünn und dünner. Top-Manager im freien Fall.

Die

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 17:43

Gewaltig

Angeregt durch eine Diskussion beim

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 10:49

Drehtür vs. Treppe

Es gibt eine Reihe von Menschen, die lieber immer und immer wieder durch die selbe Drehtür gehen. Anstatt aus Erfahrungen nützliche Erkenntnisse abzuleiten, die sie dazu befähigen, auf einer bildlich gesprochenen Treppe eine Ebene höher zu gelangen. Das befähigt die selben Personen, sollten sie mal wieder auf ein ähnliches Problem-Schema stoßen, es aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten. Was oft sehr hilfreich ist. Auf den Unterschied zwischen Drehtür- und Treppenmentalität treffe ich immer wieder. Die einen erkennen auch nach dem 10. Mal nicht das eigentliche Problem und rennen einfach nochmal durch die selbe Drehtür, um nach dem Problem wieder vor dem Problem zu stehen. Die kommen, wenn es ganz übel läuft, ihr Leben lang immer an der selben Stelle wieder raus. Also eigentlich nicht von der Stelle. Die Entwicklung, bezogen auf die Lebensjahre, ist in Zentimetern ausgedrückt gleich Null. In Etagen und/ oder möglichen zu erreichenden Ebenen belieben diese Menschen immer im Parterre zu stehen. Oder gleiten sogar ab in den Keller.

Aus Fehlern lernen. Ich möchte eine höhere Ebene nicht verstanden wissen als sich über einen anderen stellen. Sondern wir begegnen im Leben immer wieder Situationen, die wir mit unserem Erfahrungsmuster abgleichen. Daraus ziehen wir Schlüsse und leiten daraus unser Handeln ab. Wenn ich diesen Situationen über einen Lebensweg immer aus einem besseren Blickwinkel begegne, dann ist dies ein überragender Garant dafür, richtige Entscheidungen für mich und andere zu treffen. Dabei ist die Perspektive entscheidend. Je höher mein Blick die Situation überschauen kann, um so mehr kann ich in Erfahrung bringen. Höhe darf aber in dem Sinne nie als abgehoben angesehen werden. Höhe einfach als besserer Blickwinkel. Es ist einfach von Vorteil, wenn man Situationen besser überschauen kann.

Aber wie gesagt, dafür muss man bereit sein, die Drehtür gegen die Treppenmechanik zu tauschen. Das geht einfacher als man denkt. Man muss jedes Erlebnis nicht einfach spurlos an sich vorüber ziehen lassen, sondern versuchen, alles für sich daraus zu bewerten. Was war gut und was war schlecht. Somit erkennt man beim nächsten Mal das Schlechte wieder. Und wird diesem anders begegnen. Immer besser. Bis man es überwunden hat. Zweifeln, hinsehen, zuhören, spüren, nachdenken und einordnen.

Somit entstehen im Gehirn schnell wachsende Verknüpfungen, die eine immer bessere Orientierungs- und Entscheidungshilfe ermöglichen. Ein Erlebnis nicht verarbeiten heißt eine Chance verpassen. Was am Anfang mühevoll ist, geht sukzessive in Fleisch und Blut über. Irgendwann macht man es automatisch. Und steigt so eine Treppe nach der anderen nach oben. Das nennt man dan Erkenntnisstand. Erfahrung ist nämlich nichts wert, wenn daraus keine Erkenntnis abgeleitet wird. Was nützt mir ein Kaufhaus das 125 Jahre Erfahrung hat im Vergleich zu einem, das 80 Jahre auf dem Buckel hat?

Genau, somit wird Erfahrung mit Erkenntnis verwechselt. Und wie macht man Erkenntnis sichtbar? In dem man nicht über Erfahrung redet, sondern seine Erkenntnisse im "Jetzt" ständig angewandt umsetzt. Kann IKEA Möbel bauen? Wie alt sind die denn? Und wie jung ist die Marke? Und was nützt mir das? IKEA hat Erfahrung an allen Ecken und Kanten in angewandte Erkenntnisse umgemünzt. Und zwar nicht nur theoretisch, sondern vor allem praktisch. Zum Anfassen.

Zum Bemerken. Zum Vorteil.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03

Irren ist menschlich (13)

"Wer Zur Hölle will Schauspieler sprechen hören?"

Harry M. Warner, Warner Brothers, 1927Quelle: Newsweek 27.01.1997

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01

Hast du mal eine Minute Zeit

Viel ist über die Zeit geredet und geschrieben worden. In fast allen erdenklichen Dimensionen ist die Zeit in epischer Breite durchleuchtet worden. Viele Begriffe beschäftigen sich mit der Zeit. Die Zeit ist einer, wenn nicht sogar der wesentliche Faktor in unserem Leben. Denn die Zeit geht vorbei. Was dem Leben einen besonderen Sinn und einen noch besondereren Wert verleiht. Erst durch die Begrenzung von Zeit wir der wahre Wert sichtbar.

Ich weiß, wovon ich schreibe. Denn ich hatte zwei sehr unangenehme Begegnungen mit der Zeit. Dabei offerierte sie mir, wie kostbar sie ist. Und ich haben die Zeit sehr gut verstanden. Sehr gut. Wenn jemals mir etwas sofort klar wurde, denn dass die Zeit das einzige ist, was wirklich kostbar ist. Denn nur mit ihr kann man weiter auf diesem blauen Planeten wandeln. Wer keine Zeit mehr hat, der kann das nicht. Den Wenigsten ist die Kostbarkeit der Zeit so präsent und bewusst. Das erkent man leicht, wenn man der Zeit oder seiner Zeit schon mal begegnet ist. Man wundert sich, wie alle mit der Zeit umgehen. Man wundert sich sehr. Ist mit dieser Ansicht aber weitesgehend alleine.

Sogar Menschen, die auf die selbe oder andere Art der Zeit begegnet sind, haben das oft schnell vergessen oder verdrängt. Ich nicht. Ich genieße die Zeit. Ich versuche ihr respektvoll zu begegnen. Sie zu atmen wie Luft. Oft begegne ich der Zeit und dann bin ich sehr freundlich und lächle sie an. Ich treibe auch schon mal meine Scherze mit der Zeit. Oder in ganz ruhigen Momenten spreche mit ihr. Die Zeit und ich haben einen Bund geschlossen. Ich lasse sie so, wie sie ist. Und sie mich. Wir drängen uns nicht. Und wir halten uns nicht auf. Wir haben einen Deal. Alles hat seine Zeit. Und die ist immer die Selbe. Egal, was die anderen sagen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Glaube versetzt Märkte

Agentur für entscheidende Glaubensfragen. Aber natürlich nur in Sachen Werbung. Denn was müssen Menschen wirklich noch wissen, wenn sie an etwas fest glauben können? Nicht viel. Deshalb plädieren wir für einfache Werbung an die Kunden guten Gewissens glauben können. Und nicht für Werbung bei der Kunden sehr viel mehr wissen müssen. Um überhaupt zu verstehen worum es geht, oder wenigstens gehen könnte. Locker überzeugen können, statt erheblich überreden müssen.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 00:05

Dienstag, 21. November 2006

Warteschleife

Warten hat immer ein unglaublich zersetzendes Wirkungsfeld. Es ist die Hölle. Weil man nichts anderes beim Warten so richtig anfangen kann. Außer in Belanglosigkeiten blättern. Dem dummen Radiogeschwätz folgen. Oder sich langweilige Gardienen ansehen, wie sie sich leicht im Winde hin und her wiegen. Man beginnt kein Gespräch mit anderen Wartenden. Weil der andere oder man selbst immer jeden Moment damit rechnet, dran zu sein. Deshalb kann man nichts anfangen. Man zählt die Bilder an den Wänden. Lauscht, was sonst noch so passiert. Findet den Teppich furchtbar. Sieht die Mäntel an der Garderobe an. Es fällt einem auf, dass die Absätze abgelaufen sind. Man befindet sich gefangen in einer Warteschleife, in welcher der Mensch vollkommen auf Standby gestellt ist. Auch eine furchtbar verschwenderische Erfindung, dieses Standby.

Warum gibt es nichts Akzeptiertes, was man produktiv beim Warten tun kann? Warum gibt es keine Liste der Top 10 - Das habe ich beim Warten erledigt. Das Warten ist ein riesen Feld für ungenutzte Produktivität. Und man könnte die Qual des Wartens in etwas Positives wandeln.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:03

Irren ist menschlich (12)

"Der gesamte Weltmarkt hat für höchstens 5000 Kopiergeräte Bedarf."

Der Konzern IBM gegenüber den Gründern der Kopiergeräteherstellers Xerox, 1959

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01

Favorite Art – Paul Klee Abenteuerschiffe

Ein Paul Klee Austellungsposter hing an meiner Wand. Das war so eine Angewohnheit. Wenn unsere Eltern uns erst gegen unseren vehementen Widerstand in und durch eine Ausstellung schleppten, dann konnten wir nachher gar nicht genug davon bekommen. Schon seltsam, dass man Menschen zum Glück überwinden, überreden, überzeugen und übertölpeln muss. Kultur ist immer eine Überwindung. Zuerst hatte ich immer keine Lust. Denn es hing immer mit Neuem, Veränderung und Auseinandersetzung zusammen. Und mit Bewegung. Da der Mensch von Natur aus aber eher häuslich ist, deshalb ist der Weg zur Kultur oft zu weit, zu kalt oder anderweitig zu beschwerlich. Ich danke meinen Eltern, dass sie diesen Widerstand immer wieder gebrochen haben. Denn ich war lange nicht so weit, zu entscheiden, welche Bewegungen oder Begegnungen mir nutzen oder schaden könnten. Das gibt man zwar ungern zu. Zudem macht man es den Eltern nicht leicht. Aber so ist es nun mal. Da muss man gemeinsam durch. Nicht der einfachste, leichteste und bequemste Weg ist der, der einen erfüllt und mit Leidenschaft beseelt. Sicher nicht.

Deshalb ist dieses Bild ein Sinnbild für kulturelle Überwindung. Denn nur mit der kommt man selbst kulturell weiter. Man muss sich schon aufraffen und überwinden, wenn man mehr erleben will im eigenen Leben.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:00

Montag, 20. November 2006

Action bitte

In irgendeinem Blog habe ich die Puppe schon mal gesehen. Ich denke, es war bei der Riesenmaschine. Bestimmt! Oder? Egal. Sie ist mir nur noch mal ins Auge gefallen. Denn Sigmund Freud als Actionpuppe, das ist echt abgefahren. Vor allem super zu gebrauchen bei Ehepaaren, die sich hin und wieder in die Haare bekommen. Oder bei Chefs und/oder Mitarbeitern, die unübersehbar und unüberhörbar Verhaltensauffälligkeiten an den Tag legen. Auch geeignet ist die Puppe für viele Meetings, an denen das Über-Ich unentwegt sich produziert. Die Puppe müsste nur sprechen können. Und bei bestimmten Signalen Sätze von sich geben wie: "Sie benötigen ärztliche Hilfe." Oder: "Es liegt offensichtlich eine Störung in ihrer analen Phase vor!" Alternativ "orale" usw. Sehr schön ist: "Ihr Über-Ich sollte für einen Moment mal schweigen." So 10 Sätze müssten genügen, um eigentlich immer den selben Punkt zu treffen: Minderwertigkeitskomplex, Kindheit, Vater, Mutter, Eitelkeit, Ego oder Habgier.

Wäre sicherlich lustig.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:03

Irren ist menschlich (11)

"Ich glaube, es gibt einen weltweiten Bedarf an vielleicht fünf Computern."

IBM-Chef Thomas Watson im Zweiten Weltkrieg, Quelle: Ute Dorau und Peter Woeckel, "Jobreport Informationstechnologie", München 2001

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01

Sensationell viermalig dumm gelaufen

Wie blöd muss man sein, um bei der ersten Disziplin als Favorit eines Zehnkampfes bei den olympischen Spielen am ersten Tag nicht nur 3, sondern, damit mit der Disqualifikation auch gar nichts schief gehen kann, gleich 4 Fehlstarts hinzulegen? Bei allem Respekt für das dumpfe Gemüt von Leistungssportlern - da steckt mehr dahinter. Bis heute bin ich der festen Überzeugung, dass dieser damals junger Mann Dreck am Stecken hatte. Bzw. im Blut und/oder Urin. Um sich vor größerem Schaden zu bewahren, kam er auf diese völlig absurde Idee. Disqualifikation! Entschuldigung bei den Sponsoren, aber keine Sperre. Was dieser damals jungere Herr dabei nicht überblicken konnte, ist, was nachträglich bis heute daraus wurde. Da wäre er mit einer Dopingsperre für zwei Jahre, aber Gold im Zehnkampf für 24 Stunden besser bedient.

Bis heute erklärt mir niemand, vor allem nicht dieser damals junge Herr, dass es wirklich ein Versehen war. Verarschen kann ich mich auch selbst. 4 Jahre Vorbereitung. 5 Tage Training pro Woche für nur ein Ziel. 6 Stunden auf dem Sportplatz. Schwitzen, quälen. Immer wieder sich den 10 Herausforderungen stellen. Sponsoren. Die Öffentlichkeit. Und noch tausend Dinge mehr.

Wenn ich 3 Promille gehabt hätte, wäre ich trotzdem nach dem zweiten Fehlstart mal ganz entspannt aus den Blöcken. Und hätte mir gesagt: Junge, das fängt ja schon mal gut an. Aber dann noch 2 Fehlstarts hinterher. Schon klar. Schon klar. Kann passieren. So blöd kann keiner sein. Aber warum hat der sich nicht nach dem ersten Start an den Oberschenkel gefasst? Und sich theatralisch auf die Bahn geworfen? Hätte sich runter tragen lassen. Tränenüberströmt. Mit einer, sagen wir mal in Neudeutsch, Verletzung im Aduktorenbereich. Schöne dicke Bandage mit Eis drunter. Schmerzverzerrtem Gesicht. Und mit den Fäusten auf den Boden hämmernd. Und die Arme in dem Himmel reckend. Also, ich hätte mit den Blutwerten eine Show auf die Tartanbahn gelegt, dass die Menschen vor Mitleid mir noch heute um den Hals fallen würden. Ihre Töchter anbieten würden. Und alles andere. Bis heute wäre ich der König der Werbeverträge. Für Versicherungen, für Krankenkassen, für...

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Sonntag, 19. November 2006

Ein weiteres, seltenes Exemplar meiner weltberühmten einsamen Angler-Fotos

Ein weiterer mir gänzlich völlig unbekannter Angler. Ammersee. Sonntag 19.November 2006. MEZ 11.24 Uhr. Schondorf. 12 Grad in der Sonne. Ich hoffe der Köder schmeckt dem Fisch. (Achtung: Sie brauchen in diesem Bild nicht nach einem Flugzeug zu suchen!)

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 15:06

Samstag, 18. November 2006

Ich nehme gerne alles zurück - Jack Nicholson in der Süddeutschen. Jetzt aber Richtig.

Absolut lesenswert.

So habe ich mir das gewünscht. Perfekt. Wundervoll. Respekt. Großartig. Das ist Jack. Das ist meine Süddeutsche. Ich dachte schon die wollten mich veräppeln, vor ein paar Tagen. Dabei waren das nur die Vorboten, für das.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 14:00

Freitag, 17. November 2006

(Erinnerung) Chiemgau V

In Sachrang saß Frau Spiess vom Gasthof zur Post am Ende einer unendlich langen Diele. Sie saß hinter der Rezeption und telefonierte. In der Diele gleich links stand Ambassador, das Pferd vom Gasthof zur Post, das, so erklärte uns Frau Spiess, für gewöhnlich vor dem Gasthof steht und die Aufmerksamkeit Reisender auf sich zieht, was den Effekt hat, dass sich die Reisenden unwillkürlich vom Gasthof angezogen fühlen. Das Pferd war schwarz und gesattelt, aber unecht, und steht, wie gesagt, eigentlich vor dem Gasthof. Der Gasthof steht in Sachrang seit 1825, Dorfstraße No. 7. Die Straße, die an Sachrang vorbeiführt, kommt von Tirol herüber und verläuft entlang der Prien talwärts, erreicht dort Hohenaschau, passiert den Schlossberg mit dem Schloss Hohenaschau, erreicht den Chiemgau, von wo aus man nach München, nach Salzburg oder nach Norden weiterreist. Die Diele des Posthotels, wie Frau Spiess den Gasthof auch nennt, wärmt der große, weiße Kamin, auf den Ambassador blickt. Ambassador stammt aus dem Elsaß, wo er im Besitz eines Antiquitätenhändlers war. Der Kamin ist nicht antik. Er zieht auch noch nicht wie ein großer, weißer alter Kamin. Ambassador nimmt das gelassen.

—

Wir waren den Fußweg von Hohenaschau heraufgekommen, an einem kühlen fünfzehnten Mai, ein Tag, an dem sich der Mensch ebenso nach der Sonne reckt, wie die Wiesenblume und das Kraut am Weg. Überhaupt ist es wert, über die Kräuter zu sprechen. Zum Beispiel über den Bärlauch, der unterwegs allgegenwärtig in der Nase war, und den wir abends auf unseren Tellern in einer Quarkcreme wiederfanden. Ebenso den Löwenzahn, der uns als Salatgarnitur an Penne in Mascarponemohn schmeckte. Hubertus, der Koch, erzählte uns von einer Stelle am Bach, von der er die Brunnenkresse sichelweise holt. Kaum zwanzig Schritte die Dorfstraße hinauf erzählte uns noch ein anderer vom Reichtum der örtlichen Botanik. Peter Hueber, der zwischen 1766 und 1843 in Sachrang lebte, weithin bekannt als der Müllner-Peter von Sachrang, ein Mann mit universellen Interessen und vielseitigen Talenten: Müller, Musiker und Heiltätiger an Mensch und Vieh. Er besaß keine medizinische Ausbildung. Sein Wissen beruhte auf Überlieferungen und eigenen Erfahrungen; seine Behandlungen auf der Kräutermedizin. In seinem Schreibbuch hat er beinahe einhundert Rezepturen notiert. Im Sachranger Heilkräutergarten haben wir die vielen Pflanzen gefunden, die schon zu Lebzeiten des Müllner-Peter im Priental auf Bergwiesen, in den Feldern, im Wald und in den Bauerngärten wuchsen. Eine Rezeptur Gebliet reinigente Spezies aus Peter Huebers Schreibbuch laß sich so: Franzosenkraut 4 loth, Sassafras 2 loth, China Wurzel, Sarsaparillen, jedes anderhalb loth, Meertrauben 3 loth, Süßholz 1 loth.

—

Vor dem Essen tranken wir Sherry und Martini bianco auf Eis mit einer Scheibe Zitrone. Nach dem Essen rauchte sie eine französische Zigarette. Wir ließen uns auch die Zigarren zeigen, entschieden uns aber für einige Whiskys, nichts besonderes, aber sie taten gut, liefen scharf die Speiseröhre hinab und füllten den Magen mit Wärme und die Köpfe mit Bildern. Ob der Müllner-Peter je einen Fuß über die Schwelle des Posthotels gesetzt hat? Ein Menschenleben lang war das Haus Dorfstraße No. 7 Wohnhaus, wusste Frau Spiess zu berichten, hochherrschaftlicher Familiensitz des Freiherren von Cramer, bevor es um 1890 herum für Reisende geöffnet zum Gasthaus wurde. Wenn Peter Hueber das Haus betreten haben sollte, dann also nicht, um dort zu logieren. Aber er hat mit dem Freiherren und dessen Familie zu tun. In unserer Vorstellung kommt dafür nur der Zeitraum zwischen 1825 und 1843 in Betracht. Also die Jahre zwischen der Erbauung des Hauses und dem Tod des Müllner-Peters. Wir nehmen noch einen Schluck aus unseren Gläsern, als Peter Hueber an die Tür des Freiherren klopft. Er könnte von der Herrschaft als Lehrer gerufen worden sein. Als Musikleherer unterichtete er im Dorf. Es läge auch nahe, dass er in Person des Müllers Geschäftliches mit seinem Grundherren zu regeln hatte. Oder – was noch näher lag: der Grundherr mit ihm. Vielleicht waren es aber auch seine Kenntnisse als Laienarzt, von welchen man sich im Hause Cramer Hilfe versprach. Die Laienbehandlungen, wie der Müllner-Peter sie praktizierte, waren zwar schon 1808 verboten worden, aber weder die medizinische Versorgung noch der lange Arm des Gesetzes reichten vor zweihundert Jahren bis in die hintersten Winkel des Landes.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:49

Dingsda & Dingsbums

Was sich noch schneller als alles andere verbreitet, ist das Halbwissen. Von dem ist offensichtlich nicht mal mehr die Hälfte übrig. Mit zunehmender Verbreitungsgeschwindigkeit nimmt sogar das Halbwissen ab. So eine Art Reibungsverlust (wie bei der stillen Post, wenn ihr wisst was ich meine!). Darum ist das Halbwissen meistens nur noch

ein Viertelwissen. Wenn überhaupt. Aber das ahnt der Viertelwissende nicht, denn er denkt das Halbwissen wäre das ... Dingsda, na, Sie wissen schon...äh...Dingsbums.

Jedenfalls bleibt vom eigentlichen Wissen nicht mehr viel übrig. Wie auch. Man muss ja auch immer mehr wissen. Was unweigerlich dazu führt, dass man über immer mehr, immer weniger Bescheid wissen kann. Ist doch logisch. Wer immer mehr Länder auf der Erde bereist, kann über immer mehr Länder ein wenig mehr, aber über immer weniger Länder viel mehr wissen. Weil er ja mehr über die anderen zu wissen scheint.

Oder anders ausgedrückt. Wer sehr viele Instrumente spielen kann, kann in der Regel keins so richtig gut. Oder wer viele Sportarten kann, kann keine so richtig. Und so weiter. Somit ist die Wissens-Gesellschaft eine zunehmend Wenigerwissens-gesellschaft. Klingt komisch, ist aber so.

Ganz einfach ausgedrückt. Wer Wissen quantitativ vermehrt, verliert an qualitativem Wissen. Und wir nennen uns doch Wissensgesellschaft. Die von immer mehr, immer weniger Ahnung hat.

PS: Oder wie bei Speisekarten, wenn die länger werden als 10 Seiten und die Gerichte 3-stellig durchnummeriert sind, dann macht sich unweigerlich das Gefühl breit, dass nichts so richtig gut ist. Weil zu viel. Bei Speisekarten mit einer Seite, ist das Gefühl ein ganz anderes. Da glaubt man zu wissen, dass diese wenigen Gerichte exzellent sein müßten.

```
Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 13:34
```

Dickes Ding: Napoleon

Der Versuch, seine eigene Zeit zu überleben, hat in Frankreich große Geschichte. Jeder der soll, kann und darf setzt sich mindestens ein Denkmal. Centre Pompidou. Flughafen Charles de Gaulles. Mitterands Pyramide im Hof des Louvre usw. Napoleon hat sich etwas ganz Besonderes augedacht, damit seine Nachwelt ihn in welcher Erinnerung auch immer hält. Er bestand darauf, in einem Sarg aus einem Stück rotem Marmor begraben zu sein. Aber wie diese Popstarzicken war das bei weitem noch nicht genug. Wie in einer Zwiebel befinden sich darin über 10 weitere Hüllen und im Kern des Ganzen, da liegen nur noch die Überrreste von Napoleon. Denn seine Sonderbestellung ließ viele, viele Jahre auf sich warten.

Selbst Schuld. Zu bewunderm in Paris im Dom Invalid. Und sicher nicht zu übersehen.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:03
```

Irren ist menschlich (10)

"Louis Pasteurs Theorie von Bazillen ist lächerliche Fiktion."

Pierre Pachet, Professor der Physiologie in Toulouse, 1872

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:02
```

Schuldgefühl, das Perpetuum mobile der menschlichen Gefühlswelt

Nehmen wir ein bekannte Beispiel. Fußball EM Finale1976.

Tschechien liegt mit 4:3 vorne, als sich Uli Hoeneß den Ball zurechtlegt. Was bis heute kaum einer fassen kann: Der Münchner drischt den Ball weit übers Tor: "In den Nachthimmel von Belgrad", stöhnt der TV-Kommentator.

Aus diesem Schuldgefühl heraus hat der kleine Versager eine mächtige Karriere hingelegt. Hätte er getroffen, was man von einem amtierenden Europameister und Weltmeister und nie Elfmeterverlierer eigentlich hätte erwarten können, sähe es um den deutschen Vereinsfußball heute anders bestellt aus. Und sicher auch um den gesamten Fußball. Aber noch immer schießt schweißgebadet Herr Hoeneß Nacht um Nacht aus dem Bett auf und murmelt vor sich hin: So eine Scheiße. Die einen sagen: Zum Glück. Alle anderen denken laut: Hätte der besser mal getroffen, dann wäre uns viel erspart geblieben.

Aber eines zeigt dieses Zeitdokument deutlich: Was ein Schuldgefühle doch für ein immer währender Antrieb ist. Und zu welchen Höhenflügen dieses fähig ist. Ich glaube, Herr Hoeneß würde am liebsten heute noch das Geschehen vergessen und/oder ungeschehen machen. Oder zumindest sich bei jedem Fan des deutschen Fußball persönlich entschuldigen. So hätte er in aller Ruhe in seiner Wurstfabrik verschwinden können. Und was nicht ist, kann in diesem Fall nie werden. Der ist unterwegs im Auftrag des Herren. Und was das bedeutet und zu was solche Menschen fähig sind, das wissen wir seit den Blues Brothers. Amen. Herr Hoeneß, wir rufen ihnen zu: Das war doch nur ein Spiel!

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Donnerstag, 16. November 2006

zeichen 31: hauswand west theben

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 16:27

zeichen 30: grab tuthmosis III,

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 16:25

zeichen 29: grab tuthmosis III,

Geschrieben von Peter von Felbert um 16:23

menschen: nahmet, hotel managerin, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Menschen um 16:21

menschen: mohamet, schueler, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Menschen um 16:18

zeichen 28: int. line, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 16:08

zeichen 27: fotoladen, luxor

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 16:07

zeichen 26: hauswand, luxor

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 16:05

zeichen 25: the newarkfashionshop, luxor

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 15:59

Von: Tom Reuter. Betreff: Na bitte. Inhalt: Studie - Blogs beeinflussen Kaufentscheidungen

30 Prozent der deutschen Internetnutzer haben wegen privater Kommentare im Internet bereits auf einen Kauf verzichtet - 56 Prozent wuerden bei positiven Kommentaren eher kaufen. Das sind die zentralen Ergebnisse einer Studie, die die PR-Agentur Hotwire gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut Ipsos durchgefuehrt hat.
Im europaeischen Durchschnitt umfasst die Gruppe derer, die sich aufgrund negativer Kommentare in Blogs gegen einen Kauf entschieden haben sogar 34 Prozent.

Die Internetnutzer haben offenbar ein hohes Vertrauen in die privaten Internet-Kommentare. Fast ein Viertel (23 Prozent) der deutschen Teilnehmer bezeichneten Blogs als vertrauenswuerdige Informationsquelle, private Kommentare auf Verbrauchertest- und Preisvergleichsportalen schneiden mit 28 Prozent sogar noch besser ab. Damit rangieren private Kommentare im Internet nur knapp hinter Zeitungsartikeln, denen in Deutschland 34 Prozent der Befragten vertrauen. Klassische Fernsehwerbung mit 15 Prozent und E-Mail-Marketing mit 14 Prozent liegen abgeschlagen auf den hinteren Plaetzen. Online-Verlautbarungen von Vorstaenden, derzeit unter dem Schlagwort 'Corporate Blogs' in der Diskussion, geniessen mit elf Prozent Zustimmung nur sehr geringes Vertrauen bei Internetnutzern.
Im europaweiten Vergleich verstehen die Franzosen am meisten von Blogs. 90 Prozent der Befragten dort haben von Blogs gehoert. Italien mit 58 Prozent und Deutschland mit 55 Prozent bilden das Mittelfeld. In Spanien haben 51 Prozent der Internetuser von Blogs gehoert, in Grossbritannien kennt nur die Haelfte der Befragten den Begriff.

Trotz des nachweislich steigenden Einflusses von Weblogs warnt Robert Kerschensteiner, Director bei Hotwire in Frankfurt am Main, Unternehmen davor, jetzt blindlings selbst loszubloggen oder gar Blogs mit unternehmensfreundlichen Informationen zu ueberfluten: 'Schon heute sind Blogs und Webseiten mit Kaeuferkritiken in der Lage, einem Produkt oder einer Dienstleistung zum Erfolg zu verhelfen oder sie zum Scheitern zu verurteilen, noch bevor die klassischen Medien breit darueber berichten', sagt Robert Kerschensteiner. 'Will man als Unternehmen die Macht der Blogosphaere aktiv fuer sich nutzen, muss man sehr umsichtig vorgehen. Das Vertrauen in ein Blog und Blog-Kommentare ist eng an die schreibende Person gebunden. Sie muss offen, ehrlich und vollkommen transparent agieren. Bloggen im Verborgenen ist kontraproduktiv, denn Manipulationsversuche werden schnell von den Nutzern aufgedeckt.' 'Im direkten Austausch mit Verbrauchern ueber Blogs und Kaufkritiken im Internet liegt fuer Unternehmen aber auch eine grosse Chance', meint Robert Kerschensteiner. 'Man hat das Ohr direkt am Konsumenten und der offene Dialog kann langfristig sogar zur Staerkung des Konsumentenvertrauens in eine Marke beitragen. Die zunehmende soziale Vernetzung im Internet wirkt dabei als Katalysator.'

Media & Marketing vom 15. November 2006

Dieser Text ist der E-Mail von Tom Reuter entnommen. Quelle Media & Marketing vom 15. November 2996

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 13:32

Das allerletzte Hemd

Rückblickend kann ich behaupten, dass immer derselbe Typus Mensch bzw. Mann. bzw. Entscheider mir zum

Verhängnis wurde. Da konnte ich machen, was ich wollte. Mich wenden und drehen. Wenn Männer mit farblich abgesetztem Hemdkragen mir gegenüber saßen, war ich verloren. Polen offen. Land unter.

Wie eine Verschwörung zieht sich das durch mein Werberleben. Sobald dieses Erkennungsmerkmal auftauchte, waren meine Tage als Agentur gezählt. Meine Ideen für die Katz. Wenn sich zu dem Hemd dann auch noch eine Kravattennadel gesellte und der Herr eine Goldrandbrille trug, ja dann konnte ich ohne ein Sterbenswort zu verlieren auch gleich wieder den Raum verlassen. Und noch nie ist das Gegenteil mir widerfahren.

Also, für Menschen wie mich sind diese Hemden das Ende der Fahnenstange. Ebenso Typen, die Schuhe tragen mit Bommeln drauf. Keine Chance.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 07:04
```

Irren ist menschlich (9)

"Ich habe keine politischen Ambitionen für mich oder meine Kinder."

Joseph P. Kennedy, 1929; Quelle: Newsweek 27.01.1997

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:02
```

Bäumchen, Bäumchen wechsel dich

Der Unterschied zwischen schlechten und guten Unternehmen erkennt man schon auf dem Parkplatz. Bei den guten Unternehmen sind die Kunden- und Besucherparkplätze am nächsten zum Gebäude. Und bei den schlechten Unternehmen stehen da Schilder mit Autokennzeichen oder Hinweise wie diese.

Deshalb mein Tipp: Die Hand, die einen füttert, die beißt man nicht. Deshalb, liebe Führungskräfte, für alle anderen, die eure Gehälter eigentlich bezahlen, solltet ihr den nötigen Platz schaffen. Den Vortritt gewähren. Das ziemt sich so. Und ein bisschen Bewegung ist ohnehin ganz gut.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00
```

Mittwoch, 15. November 2006

weite welt 45: luxor tempel, luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 21:00

weite welt 45: west theben

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:56

weite welt 45: karnak tempel, luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:55

weite welt 44: karnak tempel, luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:52

weite welt 43: tal der koenige, west theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:51

weite welt 42: karnak tempel, luxor,aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:49

weite welt 41: karnak tempel, luxor,aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:48

weite welt 40: karnak tempel, luxor,aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:46

weite welt 39: luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 20:44

Der Blues

Ein mir bekannter Jazzpianist und bekennender Bluesliebhaber hat einmal gesagt: Der wahre Blues beschreibt genau drei Themengebiete. Erstens: Meine Frau ist abgehauen. Zweitens: Mein ganzes Geld ist weg. Und drittens: Meine Frau ist mit dem ganzen Geld weg. Was diese Anekdote eigentlich beschreibt, ist, dass man den Blues zwar spielen kann. Aber ihn erlebt zu haben, ist noch mal was ganz anderes. Somit haben mehr Menschen den Blues erlebt, können ihn aber nicht spielen. In ganz seltenen Fällen, kommt beides zusammen. Und was dabei rauskommt, berührt einen. Macht einen fast betroffen. So gibt es etwas. Zwischen Theorie und Praxis. Das, wenn es in die richtigen Finger gerät, etwas Vollkommenes daraus entstehen kann.

Nun kann man nicht jedem Mensch zum Vorwurf machen, dass ihn zeitlebens nicht alle traurigen Schicksalsschläge getroffen haben, damit er den Blues spielen kann. Denn es geht bis zu einem sehr guten und bestimmten Grad auch ohne. Aber man muss einfach anerkennen, dass, wenn das beides zusammen kommt, etwas anderes entsteht.

Denn jeder hat eine Art von Blues erlebt. Ob Türken, ob Menschen mit Handikap, ob Manager oder Mütter. Der Blues hat nicht nur in den Baumwollfeldern in Louisiana statt gefunden. Das ist nur sein Ausgangspunkt. Von da reist er um die Welt. Jeder muss nur sein passendes Instrument finden, seinen Blues zum Ausdruck zu bringen. Denn an den Geschichten der anderen, können wir uns aufbauen. Von den Erlebnissen können wir lernen. Wer viel Blues hört und erlebt hat, der erlangt eine hohe Wertschätzung für alles, was wirklich wichtig ist. Somit kann der Blues jeden packen, ergreifen und auf den richtigen Weg bringen. Der Blues hat dabei eine einfache Botschaft: Shit happens. So what. Go ahead.

```
Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03
```

Irren ist menschlich (8)

"Das Radio hat keine Zukunft."

Lord Kelvin, Mathematiker und Physiker, 1897; Quelle: Newsweek 27.01.1997

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01
```

Web 0.0 trifft auf Web 1.0

Eine Schlagzeile der New Economy Zeit war diese Fahrrad-Idee. Man konnt über das Internet Fahrräder freischalten lassen. Oder so ähnlich. Da war ein hochkompliziertes Schloss am Fahrrad und mit einem Code konnte man das knacken für die Zeit, für die man gelöhnt hatte. Oder so ähnlich. Auch diese Idee ist trotz 150 Millionen Euro gefloppt. Oder waren es DM? Keine Ahnung. Jedenfalls ging es da nicht weiter. Deren Zug war somit abgefahren. Aber ein Deal ging dann wohl doch noch. Der letzte Deal vor der Insolvenz. Die gute, alte, reiche Deutsche Bundesbahn, kurz "Die Bahn" genannt, hatte ein großes Herz für diese kleine Idee. Die uns Menschen das Leben ein gutes Stück leichter machen soll. Und so heißt es heute: Ist die Bahn dann doch mal leider ausnahmsweise zu spät gekommen von der großen Reise, dann spring doch schnell auf einen Drahtesel und eventuell bist du dann doch noch rechtzeitig im Büro und darüber ganz froh. Außer dich hat leider ein Rechtsabbieger erlegt, der dich zu spät sah ... Das nennt man dann: New Economy killed by Old Economy.

```
Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00
```

Dienstag, 14. November 2006

menschen: achmet, telefon haendler

Geschrieben von Peter von Felbert in Menschen um 12:46

menschen: rita, mutter und hausfrau

Geschrieben von Peter von Felbert in Menschen um 12:44

menschen: ramadan, felafel baecker

Geschrieben von Peter von Felbert in Menschen um 12:42

menschen: sayed, haendler

Geschrieben von Peter von Felbert in Menschen um 12:39

Es ist passiert. Längst passiert.

Witzigerweise, wollen Viele mit mir eine seltsame Diskussion führen, über das Küken "Web 2.0" oder die Reinkarnation der New Economy. Ich muss mich dabei verteidigen und die wollen mich angreifen. Weil ich ja ein Blog habe. Das ist so wie 1962 lange Haare haben. Dabei stellen sie diese kleinen, neuen Triebe dar, als wären sie winzige Pflänzlein, mit denen man behutsam umgehen muss. Die Beatles: "Tja, wie süß, aber wo ist der Business Case?" Mit der Musik kann man doch kein Geld verdienen. Das spielt doch kein Radio. Mit der Frisur kommen die doch nicht weit. Da verbreitet sich eine naive Vorstellung von Anfang-20-Jährigen, die nicht wissen, was sie tun. Und die glauben wirklich, es geht um die Haare, und spüren von dem neuen Lebensgefühl nichts, aber auch gar nichts. Wie auch, wenn man nur Pat Boone hört.

Die Kontrolllenkungsfunktion dieser Menschen hat keine Kontrolle über das, was da draußen wirklich abgeht. Die können natürlich die Entwicklung nur aus ihrem beschränkten Blickwinkel heraus beobachten. Da draußen tobt ein Krieg. Und die reden von süß. Der Krieg lautet: Neue Glaubwürdigkeit gegen alte Manipulation. Und dieser Krieg hat längst Verlierer und Gewinner. Google wird wieder einen Rekordgewinn hinlegen in Milliarden-Höhe und Ford wird wieder einen Rekordverlust hinlegen in Millarden-Höhe. Wie die Beatles hat das neue Lebensgefühl alle Charts der Welt längst erobert. Aber wahrhaben wollen das Viele immer noch nicht. Die sind bald wieder weg. One-Hit-Wonder. Das ist deren letzte Hoffnung.

Es schauen mehr Menschen jeden Tag auf Youtube, was läuft, als irgend ein anderes klassisches Medium. Der Wunsch nach Glaubwürdigkeit ist offensichtlich viel größer, als das Verlangen weiter manipiliert zu werden. Dieser Wunsch nach Glaubwürdigkeit ist aus der Manipulation erst entstanden. Erst möglich geworden. Und die Glaubwürdigkeit muss erst laufen lernen. Was man von der Manipulation nicht sagen kann. Denn die ist mehrere Jahrzehnte in der Welt der Kommunikation geschult. Und hat einen großen Vorsprung. Alles, was wir wahrnehmen, ist manipuliert und soll unser Denken und Handeln für bestimmte Interessen beeinflussen. Zu irgendeinem Zweck: Kaufen, Wählen usw. Wir sollen Arena kaufen, Schuhe, Frau Merkel wählen oder nicht. Dafür denken sich Mensche allerhand Versprechen aus, die in der Regel nicht eingehalten werden, sondern unsere Entscheidung zu deren Gunsten manipulieren sollen.

Wir sind dieser Welt so unheimlich, weil wir ständig Dinge tun, ohne dafür Geld zu bekommen oder zu verlangen. Wir manipulieren mit Glaubwürdikeit und nicht mit Versprechungen. Nicht alle, aber immer mehr. Das muss man erst mal

lernen. Das ging sogar mir so. Sich zu verweigern, über bestimmte Themen mehr Leser anzuziehen. Das ist wie Schreiben in einer Zwangsjacke. Man liest über den Traffic auf anderen Seiten. Weiß aber, wie dieser zustande gekommen ist. Und trotzdem will man seiner Linie der Glaubwürdigkeit vor einem selbst unbedingt treu bleiben. Das ist hart am Anfang, wird dann aber zunehmend einfacher bis hin zu angenehm und dann euphorisch. Wir müssen erst lernen, unsere Meinung zu artikulieren. Und uns zu vergewissern, dass dahinter keine minderwertigen manipulatorischen Hintergründe schlummern. Da ist man sich oft nicht sicher. Aber es geht immer besser. Deshalb kann ich nur jeden darin bekräftigen und bestärken: Denk nicht darüber nach was andere hören oder sehen wollen, sondern was du selbst mitteilen willst. Das ist der Weg zu einer neuen Glaubwürdigkeit. Um so authentischer und transparenter deine Darstellungen werden, desto besser fühlst du dich. Und das ist ein sehr gutes Gefühl. Es ist das ehrlichste, was dir begegnen kann. Es entspringt nämlich deinen Gedanken. Also fasse eigene.

Nicht mehr alles unbedingt verkaufen und versprechen wollen, was man in Wirklichkeit ohnehin so nicht einhalten kann. Das ist der größte Antrieb für die neue Webwelle. Die wunderbare, positive Suche nach der Glaubwürdigkeit. Das Verrückte ist, dass genau dieser Bewegung ständig Manipulationsvorwürfe gemacht werden. Schreibt jemand im Blog, wie unzufrieden er mit der Firma T. war. Dann flattert drei Tage später eine Abmahnung ins Haus. Wird das Werbveversprechen der Firma T. nicht eingehalten und der 24-Stunden-Service dauerte mal wieder 72 Stunden, was passiert dann – nichts?

Die manipulierte Welt ringt und kämpft ums Überleben. Und schreibt dabei immer mehr tiefrote Zahlen. Weil Manipulieren immer teurer wird. Die Glaubwürdigkeit verbreitet sich wie ein Lauffeuer. Der Wandel im Marketing- und Kommunikationsdenken ist längst vollzogen. Die Verlierer und Gewinner stehen schon fest. Glauben und wahrhaben wollen das nur Viele nicht.

Darum führe ich diese Diskussionen nicht mehr. Ich lächle nur noch. Und antworte auf die Fragen der Unwissenden nur mit: Schaun mer mal. Denn es kostet mir zu viel Zeit und Energie, Menschen überzeugen zu wollen, die an alten Vorstellungen hängen. Zudem will ich die Meinung anderer auch nicht manipulieren. Die sollen selbst zu einem Ergebnis kommen. Das Rad der Entwicklung hat noch nie nur eine Sekunde deshalb still gestanden. Und ich muss weiter. ich kann mich nicht ständig um die Ewiggestrigen kümmern.

Der Business-Case neue Glaubwürdigkeit statt alte Manipulation ist in vollem Gange. Und die Unternehmen, die das verinnerlicht haben und darauf angemessen reagieren, werden auch in 10 Jahren noch eine Website haben. Für die anderen kann und will ich nichts mehr tun. In der selben Zeit, kann ich 10 Beiträge schreiben für unser Blog. Oder 10 geile Ideen mir ausdenken und realisieren für Kunden, die das längst geschnallt haben. Und wollen.

Worüber die reden, was die noch in weiter Ferne wähnen, ist längst da und Realität. Über 100.000.000 Websites, über 40.000.000 Blogs. Mit Millarden von Beiträgen jeden Tag. Die alle sich auf den selben Weg gemacht haben, eine bedrückende Welt der Manipulation gegen eine bessere der Glaubwürdigkeit einzutauschen. Was ist schlecht daran? Ich kann nichts Schlechtes daran entdecken.

Was ist schlimm daran, wenn jemand öffentlich ein Produkt wie Bionade positiv bewertet? Oder ein Hotel schlecht darstellt? Wenn das seine Meinung ist. Die Power-Seller bei ebay, die über 99% positive Bewertungen haben und mehrere tausend Transaktionen mit glücklichen Kunden durchgeführt haben. Die haben eine besseren Job gemacht als viele Händler. Denn der Power-Seller konnte unmöglich tausende Meinungen zu seinen Gunsten manipulieren. Aber den Vorwürfen, es könnte so sein, muss er sich erwehren. Unter 1% schwarze Schaafe bei ebay werden in der veröffentlichten Meinung dargestellt wie 80%. Aus gutem Grund. Der Verlust der Kontrolle über die Märkte und Meinungen, der Verlust des wichtigsten Instrumentes – der Manipulation. Das ist, was viele ungemein ärgert. Anstatt sich positiv in diese Entwicklung mit einzubringen.

Peinlich und lächerlich sind nur die Manipulationsvorwürfe. Das ist mehr als kindisch. Da kann ich nur an das bekannte Glashaus erinnern. Die Glaubwürdigkeit erlangt man nur langsam wie das Vertrauen. Aber ist diese einmal hergestellt, dann ist diese gewonnene Glaubwürdigkeit wertvoller als alles andere und man fühlt sich ihr verbundener, als es jeder Manipulationsversuch zu leisten im Stande ist.

Die Regel sind neu. Und da spielen bis auf weiteres viele noch nach den alten. Das ist süß.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 11:56
```

Die Gratwanderung der Inspiration

Von wegen seidener Faden. Die Inspiration ist ein hart umkämpfter Nerv aus Stahlseil. Denn von allen Seiten wird versucht, die Inspiration zu durchtrennen. Die Wenigsten wissen, dass sie diesen Versuch unternehmen. Sie rennen blindlings in die Inspiration anderer. Verfangen sich im Stacheldraht und können sich nur mit grobem Werkzeug daraus befreien. Der eiserne Faden der Inspiration ist somit mal wieder gerissen. Und kann nicht wie sein kleiner Kollege, der seidene Faden, an den gerissenen Enden einfach wieder zusammengeknotet werden. Sondern er steht so auf Spannung, dass ein Zusammenfügen ausweglos ist. Es scheint immer besser, das abgerissene Ende wieder aufzunehmen. Und von da aus neu zu beginnen.

Wie aus dem Nichts kann man die Inspiration von Kreativen zerstören. Ein Anruf genügt. Das Pling einer Mail. Das Rufen des Namens, das unaufgeforderte Betreten eines Raums. Alles, was in die Intimsphäre eines inspirierten Menschen wie ein Wurfgeschoss eindring, lässt den kreativen Prozess abreißen. Und oftmals nicht mehr aufnehmen.

Das ist so, als ob man eine lange Zahlenreihe addieren muss und man ständig von anderen dabei gestört wird. Werfen Sie einem Kellner beim Kopfrechnen mal einfach ein paar willkürliche Zahlen entgegen, an seinem Blick werden Sie schnell erkennen, was Sie angestellt haben.

Inspirationsräume muss man sich mit Waffengewalt schaffen. Und man muss sie ebenso gegen alle und alles verteidigen. Die Ignoranz der Umwelt ist nicht mal mutwillig. Aber wie heißt es so schön: Unwissenheit schützt vor Strafverfolgung nicht. Der Kern unserer Gesellschaft ist die Qualität von Ideen. Und alle, die diese überhaupt erschaffen können, werden mit allen Mitteln daran gehindert.

Ich kann

```
Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03
```

Irren ist menschlich (7)

"Es sieht danach aus, dass die Aktienmärkte ein dauerhaft hohes Niveau erreicht haben."

Irving Fischer. Ökonomieprofessor, am 17. Oktober 1929 (der 25. Oktober 1929 war der "Schwarze Freitag") Quelle: Newsweek 27.01.1997

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01
```

13

Boule geht bis 13. Typisch Franzosen. Die ganze Welt macht sich in die Hose bei der Zahl 13 und bei denen endet ein siegreiches Spiel, das zugleich National-Spiel-Sport ist, bei 13. Hallo Frankreich, schon mal was von Aberglaube gehört? Warum hört ihr nicht bei 14 auf? 14. Juli. Ludwig der 14... Aber da seid ihr mal wieder nicht daruf gekommen. Habt mal wieder mehr Wert darauf gelegt, alle anderen zu ärgen. Pech gehabt. Hättet ihr mal mich gefragt. Das ist so blöd wie das Zählen beim Tennis: 0,15,30,40... Wer ist eigentlich auf den Schwachsinn gekommen?

Das Thema ist mir schon mal untergekommen,

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00
```

Montag, 13. November 2006

Interview mit Jack Nicholson in der Süddeutschen zum Überlesen

In der Süddeutschen stand ein Interview mit Jack Nicholson, das braucht man nicht zu lesen. Fuck! Oder in Altdeutsch: Schade, ich hatte mich drauf gefreut. Immerhin Jack Nicholson. Are you crazy, fuck, this is Jack Nicholson. Es bedient sich aber nur aller hinlänglich bekannten Klischees. Fucking here, fucking there, fucking everywhere. Der alte Schwerenöter und so. Ewiger Junggeselle. Mensch, da hast du Jack Nicholson vor dir. Der hat gerade einen Film abgedreht mit einem unbekannten Regisseur, der heißt: Martin Scorsese. Und zwei ganz neuen und jungen Schauspielern, die da heißen: Leonardo DiCaprio und Matt Damon. But, who the fuck cares. Ein neues Mafia-Epos. Eventuell der neue Mafia-Epos. Und die Interviewerin will die ganze Zeit nur unter die schlüpfrige Decke von Jack Nicholson. Fuck, fuck, fuck. Der fühlt sich geschmeichelt. Thanks fucker. Das war´s. Mann stelle sich das mal vor. Jack Nicholson. Hey, Jack – fuck you. What the fuck is going on.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 16:29

zeichen 24: hauswand, luxor

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 12:27

zeichen 23: karnak tempel, luxor

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 12:25

preisfrage: was schauen diese aegyptischen herrschaften am abend um 20.30 h

Geschrieben von Peter von Felbert in Spontaneitäten um 12:21

weite welt 38: karnak tempel 8, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 12:17

weite welt 37: karnak tempel 7, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 12:09

weite welt 36: karnak tempel 6, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 12:08

weite welt 35: karnak tempel 5, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 12:07

weite welt 34: karnak tempel 4, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 12:06

weite welt 33: karnak tempel 3, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 12:05

weite welt 32: karnak tempel 2, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 12:04

weite welt 31: karnak tempel 1, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 12:02

Wir wünschen allen, die das lesen und sehen, eine wunderschöne Woche

Einen erfrischenden Blumengruß aus München, vom Bavariaring. Wünscht das note-blog. Was kann da noch passieren? Vor allem, wenn wir alle zusammenhalten!

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:05

Die 10 besten deutschsprachigen Business-Blogs

Kenn ich nicht. Will ich auch nicht kennen. Denn ich kann beim besten Willen nicht mal für mich festlegen, nach welchen Parametern man die bestimmen sollte. Die Versuche, die es im Internet gibt, sollen nur zwei Aktionen auslösen. Die Macher der Blogs freuen oder ärgern sich und schaffen Traffic auf den Top Blog Seiten. Und das zweite ist, dass die Macher darin eine Abkürzung sehen, an Blogger zu kommen.

Aber es gibt keine Top-10-Blogs. Sondern nur Top-10-Blog-Inspirationen. Ich surfe jeden Tag so über 20 Blogs hinweg. Und 10 bis 20 neue. Das sind im Kern nur 5 die selben, der Rest variiert nach Themen. Was mich anspringt. Die dummen Köder lass ich liegen. Aber was meinem Stimmungsbild zugänglich ist, sauge ich auf.

Also, wie soll man da eine Top-10 bis Top-100 erstellen? Aber wer will, der kann. Die Freiheit in den Blogs erlaubt auch Top-10. Oder Rankings. Ich kann nur allen Bloggern raten: surfen, surfen, surfen. Das ist wie mit dem Schreiben, das lernt man nur beim Schreiben. Oder mit dem Instrument, der Fremdsprache, der Sportart. Man muss Sitzfleisch haben. Und so flink sein wie mit der Fernbedienung. Nicht langweilen lassen, klick zum nächsten Blog.

Das ist wie sampeln. Bloggen ist stöbern. Bloggen ist Finden, nicht Suchen. Bloggen ist Neugierde. Bloggen ist die Lust auf Neues, Veränderung, Wandel und Zweifel. Und das aus allen Rohren. Für mich auf jeden Fall. Wenn ich immer das selbe will, dann blogge ich nicht, sondern lese eine Zeitung. Oder schau die Nachrichten. Bloggen ist wie Menue Surprise. Du weißt nie, was dir begegnet. Nur was einem nicht schmeckt, sollte man sofort ausspucken. Und an allem, was einem gefällt, genüsslich herum kauen.

Somit hat man zu jeder Tages- und Nachtzeit seine eigenen Top-10. Somit lautet mein Fazit zu Rankings und Top-10-Listen: Wer diese erstellt, bedenkt das Konsum- bzw. Genussverhalten des eigentlichen Bloggens nicht. Oder anders ausgedrückt: Man geht doch nicht ins Stadion, um sich immer dieselbe Begegnung anzusehen. Oder ins Restaurant, um immer dasselbe zu essen. Dasselbe gibt es doch schon zur Genüge.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:02

Irren ist menschlich (6)

"640K sollte genug für jedermann sein."

Bill Gates, 1981

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:00

Sonntag, 12. November 2006

Patzierung statt Platzierung

Es ist nicht entscheidend, was man sagt, sondern was der Empfänger versteht. Zu diesem Werbegebot der ersten Stunde gehört auch das Umfeld. Das ist nahe liegend. Oder? Das Ambiente in Neudeutsch. Denn das kann man sich nicht schön oder einfach weg denken. Da wächst zusammen, was man - wie in diesem Ensemble - sicherlich nicht wollte. Somit wird die Werbebotschaft, wie in diesem Fall, maßgeblich vom Werbeumfeld geprägt. Dieses könnte man wohlwollend als erbärmlich bezeichnen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 18:00

weite welt 32: luxor tempel, luxor aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 13:45

zeichen 22

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 13:44

zeichen 21

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 13:42

Toleranzgrenzen überwinden lernen

Liebe islamische Welt. Liebe andere Kulturen und Religionen. So etwas ist bei uns möglich. Und es stört sogar niemanden. Das trifft man überall an. Wegen so was geht hier nicht mal ein Bömbchen hoch. Nur weil jemand den wohl wichtigsten Dichter und Denker unserer Geschichte etwas anders darstellt. Wir haben damit kein Problem. Ganz im Gegenteil. Die ganze Welt denkt Hitler wäre Deutscher und Mozart Österreicher. Was beides nun wirklich nicht stimmt. Haben wir deswegen Österreich die Lichter ausgeblasen? Oder wenigstens das Riesenrad runter geholt? Nein! Nicht, dass wir dazu nicht fähig wären. Der Deutsche an sich hat in der Geschichte leider zum wiederholten Male bewiesen, dass er ganz schön fies sein kann. Nein, wir haben aus dem Ärger gelernt, der entsteht, wenn man nicht tolerant ist. Da tritt man eine Lawine besonderen Ausmaßes los, die es in sich hat. Über Generationen rollt die über unsere Köpfe hinweg. Das ist es nicht wert. Und wenn Goethe in 50 Jahren Türke ist, ist das eigentlich auch nicht so tragisch. Die Frage ist nur, wen von den großen Fieslingen unserer Zeit wir dafür nachträglich auf`s Auge gedrückt bekommen.

Abschließend: Ob in diesem Hotel alle willkommen sind, wie bei uns? Man sollte mal als Mosche Goldstern versuchen, ein Zimmer zu bekommen. Oder wäre das zynisch?

Geschrieben von Christof Hintze in Freunde um 10:18

Samstag, 11. November 2006

weite welt 31: hosny, portier im hotel winterpalace in luxor

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 15:45

weite welt 30: tea lounge, hotel winterpalace, luxor

in dieser wunderbaren lounge, wird nur tee serviert, kein kaffee, kein bier, keine cola. eigentlich macht das keinen sinn. hat aber was. nebenan gibts noch eine lounge (leider ohne bild), da darf man nur im anzug rein.

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 15:31

weite welt 29: hotel winterpalace, luxor

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 15:26

Freitag, 10. November 2006

weite welt 28: lybische wueste 2

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 15:48

weite welt 27: lybische wueste 1

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 15:44

wo ein wille ist, da gibt es auch internet

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 15:41

Google muss sich warm anziehen, die überaus attraktive Ms. Dewey ist da

Microsoft konnte das unmöglich auf sich sitzen lassen. Hier nach Jahren nun der Suchmaschinen-Gegenangriff auf Google. Unerwartet anders. Er ist

Geschrieben von Christof Hintze um 09:38

Blowing in the wind

Torsten hat die Theorie, dass es einen entscheidenden, starken Wind gibt, jedes Jahr, der alle Blätter von den Bäumen holt, die sich noch gewehrt haben, das Zeitliche zu segnen. Denn es fallen immer wieder mal 5 hier, 7 da herunter. Aber so ein paar übermotivierte Blätter halten durch. Sind zäh und im Schütteln erprobt. So dass es einen überraschenden, plötzlichen Kraftakt der Natur benötigt, damit auch diese endlich im Wiegeflug zu Boden sinken.

Soweit die Theorie von Torsten. Mir leuchtet diese ein. Denn seitdem beobachte ich diesen chaotischen Rückzug der Natur in den Winter. Da ist nichts Geordnetes zu erkennen. Bis auf dass es immer plötzlich einen Tag gibt, an dem alle Blätter nicht mehr in den Bäumen sind. Da muss zuvor doch was Außergewöhnliches passiert sein. Mit 3 Blätter hier und 6 dort würde das nie klappen. Niemals. Denn die Natur ist primitv. Da muss einer mal richtig rütteln und schütteln. Und wer kann das besser als der Wind?

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:04

Irren ist menschlich (5)

"Ich glaube an das Pferd. Das Automobil ist nur eine vorübergehende Erscheinung."

Kaiser Wilhelm II; Quelle: Die Welt 8.01.2003

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:02

Die gute alte Telefonzelle

Für alle, die es nicht mehr wissen, nie gesehen oder einfach vergessen haben: Telefonzellen waren einmal beheizte, geschlossen Aufbauten. Mit Schwingtür. In der die Telefonbücher hingen. Und man mit 20 Pfennig der Liebsten noch

ca. 20 Minuten beim Ortsgespräch "Ich liebe dich!" ins Ohr säuseln konnte. Die Geräte nahmen noch Bargeld an. In Form von Münzen. Und - jetzt kommt es ganz dicke - die waren beleuchtet. Gelb waren sie. Und stadtbekannt. Man wusste, wo sie stehen. Ich geh schnell noch meinen Eltern Bescheid sagen. Oder: Ich rufe meinen Bruder an, der holt uns ab. In einer Welt ohne Handys waren die Telefonzellen komfortabler als die meisten Unterbringungen in Kalkutta. Ich mochte sie. Denn sie haben immer den Kontakt zur Umwelt symbolisiert. So eine gelbe Telefonzelle gab einem immer das Gefühl von Sicherheit. Jetzt ruf ich einfach an. Was ich bis heute schade finde ist, dass man an Telefonzellen nicht wie in den USA angerufen werden konnte. Das hätte einem viel Sorgen und noch mehr Kleingeld gespart. Auch das R-Gespräch, das einem oft aus der Patsche geholfen hätte, ging nicht.

Aber wenn ich diesen dünnen Spargel da sehe, dann symbolisiert dieser wie nichts anderes, wie die Telekom abspecken muss. Und vor allem, bei wem sie anfängt. Beim Kunden. Das sieht doch nicht aus wie eine Telefonzelle! Das sieht aus wie ein Mahnmal. Hier ruht in Frieden die erfolgreiche Vergangenheit eines Monopolisten. Das reicht gerade mal, um sich mit dem Handy daran anzulehnen. Aber anfassen kann man das Ding nun wirklich nicht. Was steckt man da überhaupt rein? Eine Payback Karte? Ich habe nämlich keine.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Donnerstag, 9. November 2006

Das große Firmenraten

Hinweis 1:
Termin vereinbart, heute zwischen 08.00 und 12.00 Uhr.

Hinweis 2:
Bis 17.00 Uhr niemand in Sicht, nichts zu hören.

Hinweis 3:
Anruf um 17.30 Uhr: Das schaffen wir heute nicht mehr, wir kommen dann am 15. November zwischen 08.00 Uhr und 12.00 Uhr.

Welche Firma ist das?

(Zu gewinnen gibt es nichts, denn die Aufgabe ist eigentlich zu leicht.)

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 19:51

(Erinnerung) Chiemgau IV

Ich habe mir einen Schreibplatz unter dem Fenster eingerichtet und das Fenster geöffnet. Auf mein Gesicht legt sich die Frische der nahen Prien. Der Fluss, der rauschend auf der alten Seite des Hauses vorbeischießt, schiebt grollend Steine ins Tal. Die Wiese unter meinem Fenster zeigt vom Regen frisch gewaschen ihr sauberstes Grün. Die hohe Buchenhecke verdeckt den Blick auf die schmale Straße, die dahinterliegt. Der Kies, der um das ganze Haus herum den Boden bedeckt, glänzt und dampft unter der Sonne, die aus einem bleigrauen Himmel scheint. In den Falten des Gebirges liegt noch Schnee. Schafe verraten ihre Anwesenheit durch dunkles Blöken. Es riecht nach viel Regen und manchmal nach Gebratenem aus der Gasthausküche. Fremde nähern sich dem Haus und kommen über den Kies und es knirscht. Die Stimme der Wirtin und das Bellen des Hundes begrüßen die Ankommenden. Ein Traktor dieselt vorbei und der Fahrer ist oberhalb der Buchenhecke zu sehen. Das rote Metall des Traktors blinzelt gleichzeitig durch die dünnbewachsenen Stellen der Hecke hindurch. Die Spitzen der Bäume auf der anderen Seite der Straße biegen sich im Wind und das Rauschen der Blätter ist eins mit dem Rauschen der Prien.

Geschrieben von in Weite Welt um 17:29

Die besten Ideen sind eben doch die einfachen

Auf der Internetseite von DER ZEIT, lebt das

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 12:52

Eitelkeit

Du miese Eitelkeit. Du treibst uns in den Wahnsinn. Ständig provozierst du uns dazu, uns zu vergleichen und zu messen. Lass uns doch einfach in Ruhe. Jeder Jeck ist eben anders. Man muss auch gönne könne. Du lauerst überall, an jeder Ecke. Immer forderst du uns auf, einen drauf zu packen. Was soll das? Das bringt doch nichts außer Stress. Immer muss man alles als erster sein und haben. Immer Gewinner sein. Immer ein Stück voraus. Was für eine elend verschwendete Energie. Was man aus der produktiv alles machen könnte. Das ständige Beobachten. Wer. Wie. Was. Wo. Du langweilst mich zunehmend. Liebe Eitelkeit, ich möchte dir ja nicht zu nahe treten. Aber was soll das alles? Der

Friedhof ist voller Menschen, die unersetzlich sind. Das letzte Hemd hat keine Taschen. Schönheit ist vergänglich. Nun hör doch auf. Lass uns in Ruhe. Es gibt wirklich Wichtigeres, als deinen niedrigen Zielen zu folgen. Liebe Eitelkeit, geh doch mal in Urlaub. Oder melde dich krank. Denn du machst uns alle ganz krank vor Neid, Eifersucht und Missgunst. Zudem lenkst du wesentliche Interessen in die falsche Richtung. Setzt gänzlich falsche Prioritäten. Mal im ernst: verpiss dich.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:03
```

Easy

Oft unternehme ich Reisen zurück in die Leichtigkeit. Als man die ganze Welt noch umarmen konnte. Ich das sichere Gefühl hatte Bäume ausreißen zu können. Als Zeit nur aus jetzt bestand. Orte nur aus hier. Und alles andere in unerreichbarer Entfernung war. Endecker war ich. Jeden Tag kamen Unmengen an neuen Entdeckungen hinzu. Draußen sein. Nur noch ein bisschen länger. Als Friede noch dieses warme Gefühl war, dass einem nichts passieren konnte. Als Liebe noch nicht wusste, was es bedeutet, Vorteil aus ihr schlagen zu wollen. Demut begleitete einen durch die Welt der Großen. 1 Millionen Fragen begleiteten jede Begegnung. Wenn das mal ausreicht. Als man noch glaubte. An Freundschaft für immer. Vertrauen schenkte und man ohne darüber nachzudenken entgegen nahm. Als die Neugierde einen so durch den Tag trieb, bis man völlig erschöpft von ihr überglücklich in den Schlaf sank. Als man mit dieser wunderbaren Form von Naivität allem und jedem begnete. Als alle diese Bedenken, Grenzen und seltsamen Programmierungen unserer Umwelt einen noch nicht so im Griff hatten. Die einzige Angst bestand darin, ob Jim Knopf auch nichts passieren würde. Mich bedrückt, dass man nicht viel mehr von dieser Energie in das Heute und das Morgen rüber hat retten können. Es wäre so einfach gewesen. Aber die Schwermut, das Risiko, die Gefahren, alle negativen Einflüsse waren auch noch nicht am Start. Sie hatten noch kein Wirkungsfeld. Sie lauerten schon auf die vielen glücklichen Seelen. Und wussten, dass deren Zeit kommen würde. Und sie kam. Gewaltig und mit Nachdruck.

Warum pflegen wir die negativen Aspekte unseres Daseins so sehr? Warum nicht die positiven? Dabei fing alles so hoffnungsvoll und gut an. Und so einfach. Von mir aus hätte alles so bleiben können. Auf den ganzen anderen Mist kann ich gerne verzichten. Da gibt es nichts, aber auch nichts, was ich bei meinen Reisen zurück in die Leichtigkeit vermissen würde. Nichts.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01
```

Irren ist menschlich (4)

"Das Telefon hat zu viele ernsthaft zu bedenkende Mängel für ein Kommunikationsmittel. Das Gerät ist von Natur aus von keinem Wert für uns."

Western Union, Interne Kurzinformation, 1876

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01
```

Mittwoch, 8. November 2006

Wir machen einfach keine halben Sachen

Agentur für das Ganze.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 19:43

Die Mordschau

Ganz ehrlich, ich habe es wirklich versucht. Nachdem mein Premiere-Decoder keine Bundesliga mehr ausspuckt, dachte ich mir, Mensch, gib der Sportschau eine Chance. Wechsel mal nicht gleich zu Arena. Gesagt - getan. Also versuche ich mir seit Beginn der Saison die Sportschau zu geben. Schon am 3. Spieltag habe ich, um das Leiden und die Schmerzen zu mindern, vorab Radio gehört. Aber auch das war nicht zielführend.

So habe ich kurzer Hand am 10. Spieltag aufgeben und mir Arena bestellt. Denn wenn ich weiterhin die Sportschau hätte sehen müssen, dann würde ich vor militanten Übergriffen nicht mehr zurückschrecken. Das kann man sich doch nicht reinziehen. Was hat das noch mit Fußball zu tun? Nicht nur, dass die Sportschau von Werbung durchsetzt ist, wie die ehemalige DDR von Spitzeln. Nein, wenn man dann glaubt, endlich am Centerfold des Fußballs angelangt zu sein, quatschen die einen so voll, dass einem die Lust, die eh schon am Boden war, nun vollends in den Keller rutscht. Armes Deutschland. Arme Fußballfans, die sich kein Arena leisten können. Arme Fußballseele. Arme Fans.

Das ist wirklich hart. Aber da müssen wir alle durch. Alle, die mit der Sportschau bis auf weiteres klar kommen müssen, haben mein Mitgefühl. Das hält doch keiner aus. Bekommt man nicht Arena auf Krankenschein? Denn was da abläuft, das muss doch psychische Schäden von ungeahntem Ausmaß mit sich bringen.

Liebe Sportschau, kommt auf den Punkt, zurück zum Thema. Wie schön hatten wir es da früher. Das war im Gegensatz zu dem heute reiner Sex. Das ging hintereinander weg. Ein Spiel nach dem anderen. Das einzige, an was ich mich erinnern kann, was hin und wieder wirklich empfindlich schmerzte, waren die Kommentare von Heribert Faßbender. Aber das konnte man noch ertragen.

Aber mir kann es ja egal sein, ab dem 11. Spieltag sehe ich wieder Fußball. Ich kann es kaum erwarten. Sportschau, du hattest deine Chance. Aber so geht das man gar nicht. Und tschüss.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Irren ist menschlich (3)

"Bei den meisten Menschen fördert das Rauchen die Gesundheit."

Dr. Lan D. Macdonald, Chirurg, 1963; Quelle: Newsweek 18.11.1963

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01

It's not over till it's over

Die Idee hat ihre eigenen Gesetze. Sie ist wie eine Zwiebel, aus der eine Blume erwachsen soll. Ein Loch in den Boden, Zwiebel rein. Das war's. Leider nicht. Nichts ist stärker als die Kraft einer Idee, deren Zeit gekommen ist. Deshalb kann man getrost davon ausgehen, dass manigfache beste Ideen leider zur falschen Zeit versucht haben, das Licht der Welt zu erblicken. Oder am falschen Ort. Im falschen Boden. In falschen Händen. Jede Idee, die ihren Weg gemacht hat, wirkt so einfach. Und einfach denkt man, kann doch jeder. Weit gefehlt. Was wir sehen, macht gerade mal 1% aller

Ideen aus, die es geschafft haben. Dem gegenüber stehen 99% von Ideen, die es nicht geschafft haben. Somit gilt es nicht nur, alles zu berücksichtigen, sondern auch aushalten zu können. Denn ich glaube, die meisten Ideen sind daran gescheitert, dass Menschen nicht wirklich an sie geglaubt haben. Die wollten schnell mal eben. Die wollten eine Abkürzung nehmen. Die wollten mit minimalem Aufwand. Ohne Widerstand. Ohne Hindernisse. Nur kurz mal pflanzen und dann aber ernten, was das Zeug hält. Der Einsatz sollte kurz und gering sein, das Ergebniss aber alles übertreffen.

Die arme gute Idee, die in einem solchen Charakter geboren wird. Du hättest mehr verdient. Pech gehabt. Such dir das nächste Mal jemanden aus, der das mit dir auch durchsteht. Denn ich glaube, dass man Ideen nicht suchen kann, sondern ganz nach Picasso: Sie finden einen. In der Hoffnung den richtigen gefunden zu haben. Die meisten sind aber nicht hart genung. Nicht fleißig genug. Nicht überzeugt genug. Wankelmütig. Und vor allem nicht leidensfähig.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Dienstag, 7. November 2006

Mal echt geile Gründe für die Wirtschaftsflaute

Hoch spannendes Thema. Immer noch aktuell. Ist mit beim stöbern wieder untergekommen. Wie man am Ende des Beitrags nachlesen kann, habe ich diesen schon im April dieses Jahres auf einem anderen, mehr sehr nahe stehenden Blog veröffentlicht. Habe ich da doch mein Bloggerhandwerk erlernt. Unter den sachdienlichen Hinweisen von keinen geringeren als Frank & Heiko. Noch mal Danke, dass ihr das mit mir durch gestanden habt. Ihr tut mir jetzt noch leid. Ich lerne nämlich leider spät und langsam, dann aber gewaltig. (Ich habe die Therapiekosten der beiden natürlich übernommen). Das war es mir mehr als Wert.

Ach ja wo die Wirtschftsflaute gerade abflaut, der Inhalt dieses Beitrags manifestiert sich nun um so mehr. Jetzt wissen wir wengstens woran es lag.

Jetzt geht es aber wirklich los und wie

Eine interne Untersuchung eines namhaften Bankhauses in Deutschland hat eigentlich nicht verblüffende Ergebnisse zum Vorschein gebracht. Diese Untersuchung ist rechtlich illegal, weil sie die Privatsphäre der Mitarbeiter, strafrechtlich relevant verletzt. Deshalb wird sie in ihrer Aussagekraft nie das Licht der Welt erblicken. Aber, es gibt sie. In Zeiten (Ende der 90er – Anfang 2000), in denen die Mitarbeiter sich noch unbeobachtet im Internet bewegen konnten, haben diese sich zu über 40 % der Ist die Wirtschaftskrise eine sexuelle Krise?

Ja. Die Produktivität auf allen Ebenen der deutschen Volkswirtschaft ist genau in dem relevanten Zeitraum zurückgegangen, in dem die Flaute sich ausbreitete. Wirtschaft, Ämter, Politik, Medien usw. stimulieren sich die Menschen jeden Tag 40% ihrer Arbeitszeit, im Internet. Das geht brutal zu Lasten der Volkswirtschaft. Nimmt man dann noch die Standort-Probleme hinzu, dann ist der Zustand, den wir zurzeit haben kein Wunder. Nur allzu verständlich und menschlich. Die Deutschen sind also bis auf weiteres anderweitig interessiert.

Suchbegriffe.

Alle Statistiken über Suchbegriffe sind immer sexuell gesäubert. Unter den Top 100 sind mindestens 80 % ganz klar zu zuordnende Suchbegriffe. Aber Tabuthemen wären keine Tabuthemen, wenn sie nicht tabu wären. – Und irgendwie ist das auch ganz rücksichtsvoll. Denn wer will das schon wissen, was insgeheim jeder ahnt.

USA sehr gut vor Augen führen. Sexuelle Unterdrückung führt unweigerlich zu einem höheren Aggressionspotential. Zudem sucht sich der Trieb sein Ventil. Geld ist eben nicht alles. Macht auch nicht. Außer ... genau!

These:

In 2 Jahren, ist der Internet-Sex-Hype abgeklungen, verläuft in normalen Bahnen. Dann hauen die Leute wieder 30% mehr rein und die Wirtschaft floriert wieder (die restlichen 10% sind locker zu verkraften und eher als motivierend zu betrachten).

Ersterscheinung am

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 15:10

sneak preview: meine bloghuette fuer die naechsten 14 tage

ich wollte mich abmelden fuer die naechsten 14 tage. ich mache blogurlaub in luxor, oberaegypten. natuerlich werde ich

euch gerne mitnehmen, allerdings bin ich mir der ortsueblichen kommunikationsmoeglichkeiten nicht sicher. wenn gar nichts geht, ruf ich mal an. dann gibts bilder, wenn ich wieder da bin. also, tschoe und bis dahin.

Geschrieben von Peter von Felbert in Gleichgesinnte um 14:00

Mein Traum: Eine Blog-Hütte

Ganz allein oder nur eine Handvoll Blogger auf einer einsamen Hütte in den Bergen. Auf der Blog-Hütte. Ausgestattet mit den feinsten kulinarischen Genüssen. Wireless im Internet. Das MAC Book und ein 23 Zoll Bildschirm. Wordstation. Die Mighty-Mouse und die Wireless Tastatur. 5 Tage. Frei. Und bloggen, was das Zeug hält. Allein oder unter Gleichgesinnten. Befreit von allen Pflichten. Tag und Nacht in die Tasten hauen können. Bei vorzüglichem Rotwein. Das Fontainebleau der Blogger. Keine Ablenkung. Nur Gedanken, die fließen können. Nur gegenseitig befruchten. Nur schöpferisch tätig sein können. Was für ein wunderbarer Traum. Gibt es solche Hütten, die online sind? Man sollte Blog-Hütten ins Leben rufen. Was für ein wunderbarer Gedanke. Tagein tagaus nichts anderes machen zu müssen. Also, an dem Traum muss ich arbeiten, scheint mir. Der ist zu schön, um nicht wahr zu werden.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

Irren ist menschlich (2)

"Uns gefällt ihr Sound nicht. Gitarrengruppen sind von gestern."

Aus der Begründung der Plattenfirma Decca, die 1962 die Beatles ablehnte Quelle: Newsweek 27.01.1997

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01

Herr Beuys – Sie fehlen mir

22 Jahre Rheinland sind nicht beuyslos an mir vorüber gegangen. Die Kontroverse, den Zweifel in die Mitte von so etwas wie Kunst zu stellen, das Aufarbeiten, das Ein- und Durchdringen. Die Aggressionen ertragen. Die Provokation zum Aufwecken. Sie arrangieren. Veränderung gestalten. Sehr lange begleitet mich Herr Beuys nicht immer als Sympath, als Freund, als Gleichgesinnter. Ganz im Gegenteil. Für mein Kunstverständnis saß er am weitest entfernten Punkt. Aber meine Neugierde hat gesiegt. Meine Ablehnung konnte ich daher nicht lange aufrecht erhalten. Die Vorurteile nicht länger akzeptieren. Er hat mir die Augen geöffnet. Das Sehen, dass ist, was wir sehen wollen. Nicht das, was es ist. Und dass andere Blickwinkel einehmen wollen, dürfen und können eine große Bereicherung darstellt. Es lohnt nicht, auf Standpunkten zu beharren. Oder Dogmen zu verteidigen. Wenn der Lauf der Zeit schon weit enteilt ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Montag, 6. November 2006

Are you talking to me?

Es gibt für jeden Menschen zentrale Aussagen, oder Sätze in den unterschiedlichen Disziplinen der Kultur. Die hängen bleiben. Bei mir ist es für die Filmwelt dieser. Und der behauptet sich schon sehr lange. Was ist dein Satz?

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:39

Liebes Viehzeug

Wir unterschieden zwischen Kundenvieh, Konsumvieh und Wählervieh. Damit gemeint sind wir. Denn das einfachste Gesetz, um uns alle für vollkommen blöd zu verkaufen, lautet: "Es ist viel einfacher, 60 Millionen Bürgern 1€ abzunehmen, als einem 60 Millionen €." Nach diesem Prinzip, "Kleinvieh macht auch Mist", werden wir alle am Nasenring durchs Leben gezogen.

Dieser Tatsache kann man nun auf verschiedene Art und Weise begegnen. Akzeptieren, aber nicht respektieren. Akzeptieren und nicht akzeptieren. Respektieren. Oder Ignorieren. Aber kapieren sollte man es. So weit so gut.

Jetzt denken so ein paar schlaue Marketingleute auf Unternehmensseite: "Mensch, das machen wir auch. Wenn die Kunden nicht bei uns kaufen, dann bieten wir das Produkt einfach für 1€ an. Und dann müsste das Kundenvieh-Gesetz in Kraft treten und alle kaufen bei uns." Das tun sie dann auch ganz fleißig, so lange der Vorrat reicht. Aber das Geschäftsmodell hat einen Haken. Das Unternehmen, der Markt, die Branche geraten brutal in wirtschaftliche Schieflage. Jetzt folgt der zweite Streich des schlauen Marketingmenschen auf Unternehmensseite: "Jetzt haben wir das ganze Kundenvieh in unserem Stall und verkaufen das Produkt und/oder die Dienstleistung wieder zum regulären Preis." Nennt man das nicht eine Milchmädchen-Rechung?

Kennt ihr den Moment, wenn Straßenmusiker in einer stark belebten Fußgängerzone ein Musik-Stück beenden und spontan mit einem Hut in der Hand auf die Zuhörer zu gehen. Um Geld zu sammeln. Kleingeld. Plötzlich sind alle weg. Klingt wie Zauberei, ist es aber nicht.

Das bedeutet, "für umsonst" ist leider auch völlig umsonst. Drama. Aber wahr. Jetzt denkt man, dass alle Marketingverantwortlichen das einmal gesehen oder miterlebt hätten. Und daraus gelernt hätten. Und deshalb sich selbst ruinierende Geschäftspraktiken links liegen lassen würden. Weit gefehlt, es gibt also noch eine Variante von Vieh. Das dumme Rindvieh.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:03

Irren ist menschlich (1)

"Also gingen wir zu Atari. Und sie sagten - Nein. Dann gingen wir zu Hewlett-Packard, und sie sagten - Hey, wir brauchen Sie nicht, Sie haben das College noch nicht abgeschlossen."

Apple Computer Inc. Gründer Steve Jobs über seine Versuche, Atari und H-P an seinem Personal Computer zu interessieren

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:01

Gedankenstütze

Die eigenen Ergebnisse messen mag man besonders, wenn es gut läuft. Für den Fall, dass es nicht so gut läuft, erläutert man die gesteckten Ziele gerne als "von - bis". Und unter Berücksichtigung und in Anbetracht der Lage. Oder ähnlich. Wenn man in alle Richtungen schon mal revidiert hat, das nicht nur einmal. Dann hört man auf, die Erwartungshaltung anderer zu befriedigen und beginnt an der eigenen zu arbeiten.

Es kostet Zeit, Geld und Nerven, immer Schuldige für die eigene Fehleinschätzung ausfindig zu machen. Dann kann man es auch lassen. Dieses Bild zeigt einen meiner neueren Businesspläne für dieses Jahr. Jeder Stein steht für einen Neukunden. 4 wollte ich. Bei 4 dachte ich an 4 in bestimmten Größen. Es ist mal wieder ganz anders gekommen. Aber der eigentliche Plan verschwand nicht in einer Excel Datei irgendwo auf dem Server. Mit der Überschrift 'Business Development 2006'.

Nein, der eigentliche Plan liegt immer auf dem Tisch der Tatsachen. Vor mir. Und viele Mal am Tag streift mein Blick diese Steine. Und erinnert mich daran, was wir uns vorgenommen haben. Da scheint mir sinn- und wirkungsvoller. Als ständig an den eigenen Vorgaben herum zu machen.

Ziele sind für alle da. Und alle sollen sehen, was wir uns vorgenommen haben. Das macht Ziele zu gemeinsamen Zielen. Das funktioniert viel besser, als Geschreibe hinter der vorgehaltenen Hand.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Samstag, 4. November 2006

Gute Übung - Wo samma? Da samma!

Ich möchte keinen unnötigen Druck aufbauen. Wir haben genug Leistungsdruck. Aber bei diesem Test war ich der festen Überzeugung, ich gehe völlig baden und siehe da. Nicht so übel. Geo-Seiten sind ohnehin immer einen Besuch wert.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:10

Der 9. November endlich nicht nur in München mal ein großer Tag zur Freude

Am Tag der Reichskristallnacht öffnen sich die Tore der Da wo man sich zu Hause fühlt. Zu Hause fühlen darf. Wenn jemand Lust hat ein Zeichen zu setzen, dass er sich darüber wirklich freut. Dann kann er zu den Feierlichkeiten mit seiner Gegenwart, es sind Freunde unserer Gesellschaft. Und somit auch meine.

Und für eine Person freut es mich über die Maßen ganz besonders. Für sie geht ein großer Lebenstraum in Erfüllung und ihr Lebenswerk hat einen Ort bekommen. Der immer mit ihrer Person verbunden bleiben wird. Sie selbst wird das natürlich so nicht sehen, der Respekt gebietet ihr allen Beteiligten zu Danken und sie wird sich wie immer zurück nehmen und anderen die Bühne überlassen. Aber ich weiß es und ich bin mir sicher viele andere wissen das auch. Und ich weiß, dass genügt ihr. Ein Kind aus München, eine große Dame unserer Gesellschaft. Deren Bild der Brockhaus nun endlich in 4 Farben hinter das Wort "Integration" drucken sollte.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 11:04

münchner lieblingsorte 25: baader cafe

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 02:22

berge 2: untersberg, berchtesgarden

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 02:20

berge 1: untersberg, berchtesgarden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 02:14

deutschland. ein sommermaerchen geht zu ende. berchtesgarden

ich weiss, dass ich das schonmal geschrieben habe, ende august. diesmal wirds ernst.

Geschrieben von Peter von Felbert in Berge um 00:06

Freitag, 3. November 2006

Ein Wort zur Doppelmoral

Doppeloral

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:09

Der goldene Schnitt

Der goldene Schnitt. bezeichnet die Teilung einer Strecke so, dass die gesamte Strecke sich zu dem größerem Teilstück verhält, wie das größere Teilstück zum kleineren.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:09

Ich habe es immer gewusst, immer gesagt und immer beherzigt

Rotwein hilft - wenn er aus Frankreich kommt

Französischer Rotwein schützt Herz und Gefäße. Deutsche Tropfen können da nicht mithalten. Ihnen fehlen die richtigen Inhaltsstoffe.

Wer es nicht glaubt, kann ja nochmal nachlesen. Alle anderen machen ein gutes Fläschchen auf und Prost!

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:08

Donnerstag, 2. November 2006

Ansichtssache (1)

Dienstag war ich mal wieder im Stadion. Und mir ist wieder Einiges klar geworden. Das Gehalt von Managern sagt bei weitem nichts aus über ihre Leistungsfähigkeit. Du kannst es ihnen so nett machen, wie du willst. Das ist alles kein Garant dafür, dass wenigstens knapp bemessene Leistung geboten wird. Diese Mitarbeiter des FC Bayern München hatten an diesem Abend 66.000 Kunden vor Ort und ca. 2.5 Millionen Kunden vor dem Fernseher (wenn das mal reicht). Man hat ihnen für über 300 Millionen Euro eins der schönsten Büros hingebaut. Sie werden zur Arbeit gefahren. Müssen nicht mal ihre Hemden selbst bügeln. Alles wird ihnen abgenommen und alles wird ihnen zugestanden, damit sie nur eins tun: Fußball spielen. Die Arbeitszeit ist zwar von der Tageszeit nicht so günstig. Wer arbeitet schon gern abends in kurzen Hosen und das auch noch draußen? Aber dafür haben sie sonst jede Menge Zeit, über alles nachzudenken. Ihre Spielkunst und Kultur zu verfeinern. Aber das Ergebnis ist schockierend. Wie das von vielen Top-Managern. Aber so ist das eben. Da hätte man selbst drauf kommen können. Wo so viel an Äußerlichkeiten gefeilt wird, müssen die inneren Werten in Schieflage geraten.

Aber vielleicht hatten die nur einfach einen schlechten Tag. Wie die 66.000 im Stadion das ja auch schon mal haben. Und die Millionen vor dem Fernseher auch. Das muss man dann auch mal verstehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:01

Ansichtssache (2)

Ein 0:0 kann sehr unterschiedliche Qualitäten ahben. Und auf viele Weisen zustande kommen. Wie in diesem Fall durch einen Grottenkick. Das als Anhang zur Ansichtssache (1). Die hatten nicht mal die Absicht. In einem so schönen Stadion. Schade, hätte ein schöner Abend werden können. Das einzig Beeindruckende nach dem Spiel war, dass es noch 16 Grad Außentemperatur hatte. Das sind 15 Grad mehr Betriebstemperatur als das, was sich auf dem Platz abspielte. Aber das kann mal passieren. Es war ja auch der erwartet schwere Gegner. Und kleine gibt es ja nicht mehr. Falsch! Es gibt keine großen mehr. Die sind alle klein geworden. So sieht es meiner Meinung nach aus.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:55

Ansichtssache (3)

Zum Thema: Wenn Äußerlichkeiten die inneren Werte bei weitem überholt haben. Was soll das Gehabe im Mittelkreis. Da stehen 30 oder 40 erwachsene Männer und schütteln ein Tuch. Haben die noch alle? Das kann sich nur einer einfallen lassen, der dem Fußball langfristigen Schaden zufügen will. Das ist so bescheuert, dass ich jedes Mal denke: Das hat sich bestimmt eine Frau einfallen lassen, von so einem Funktionär. "Du Schatz, das wär doch eine tolle Idee! Oder?" – "Klar Mäuschen, wenn du das willst, dann machen wir das!"

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:50

Ansichtssache (4)

Das ist der echte Briefkasten von Herrn Lahm. Dem Fussballer. Ich weiß das, weil ich zufällig weiß, wo der wohnt. In einem wunderbaren Viertel in München, in dem bekanntermaßen viele Homosexuelle leben. Mehr weiß ich nicht. Meine Neugierde hat mich beim Vorbeigehen meine Blick über die Briefkästen schweifen lassen und was lese ich da: "Bradaric / Lahm". Lieber Gott, lass den Bradaric eine Schwester haben! Wenn es einen Spieler in der Bundeliga gibt, dem ich wünsche, morgen im Ausland spielen zu dürfen, dann ist es der. Ich sollte nicht mehr ins Stadion gehen. Nicht zu den Bayern. Und vor allem sollte ich meine Nase nicht in anderer Leute Briefkästen stecken. Das bringt doch alles nichts.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:45

5. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Entscheiden

Der Karren fährt immer langsamer und tiefer in den Dreck, weil keiner die Zügel in die Hand nimmt und einfach die Richtung wechselt.

Erfolgreiche Unternehmen begleitet oft der positive Umstand, dass man mehr richtige als falsche Entscheidungen getroffen hat. Der Entscheidung ist es dabei egal, wann, wo und von wem sie getroffen wird. Nur, dass es die richtige ist.

Klingt banal. Aber oft will keiner eine Entscheidung treffen.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:03

Warum Kies so wichtig ist

Ohne Kies geht nicht viel. In unserem System. Autos fahren (noch) mit Benzin. Ohne Benzin fahren sie deshalb nicht weit. In unserem System. Es gibt auch andere Systeme. Da geht mit Kies nicht viel und mit Benzin kommt man da auch nicht weiter. Aber das sind eben andere Systeme. Das hilft mir in meinem nicht weiter. Was soll man mit einem Eskimoschlitten im Juli auf der Autobahn? Geht gar nicht.

Deshalb ist Kies leider wichtig. Man muss nicht zu viel haben. Aber immer so viel, um den Rücken frei zu haben, um mit demselben nicht an der Wand zu stehen. Und damit der nicht krumm wird. Und man Rückrat zeigen kann. Kies klingt auch auf der Auffahrt zum Anwesen schön. Kies ist wichtig. Es ist bei weitem nicht alles. Aber es entspannt ungemein. Wer also sagt, Kies sei nicht wichtig, der lügt. Der hat keinen Kies, oder viel zu viel, oder kommt an keinen, oder muss nur auf die große Ladung (per Erbschaft) warten.

Ohne Kies geht nichts voran. Das gilt auch für den Bereich Marketing und Kommunikation. Einige Kunden haben die Budgets so weit runter gefahren, dass nichts mehr geht. Kurzfristig schönt es das Ergebnis. Denn was man nicht ausgibt, muss man nicht rein holen. Wer aber nichts sät, der kann auch nichts ernten. Somit sind wir mal wieder bei der banalen Milchmädchenrechnung.
Kunden sparen an der Saat. So viel es geht. Das sieht im ersten Augenblick schön aus. Denn das schöne Geld ist immer nicht da. Oder anderweitig in Verwendung. Nur wenn es Richtung Ernte geht. Dann sieht es mau aus. Und alle sagen, das Marketing hat versagt. So einfach ist das. Der Marketingleiter ist der Bauer in diesem Spiel. Auch gern als Bauernopfer bezeichnet. Und der soll doch bekanntlich immer die größten Kartoffeln ernten. So mir nichts dir nichts? Eben nicht. Die Kartoffeln können nicht dick werden, wenn gar keine gepflanzt sind.

Es braucht immer eine Zeit, bis einige dahinter gekommen sind. Deshalb, ohne Kies geht nichts.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Man kann eben nicht anders

Erwachsene müssen auf den Steg gehen. Das ist einfach so. Ragt ein Steg hinaus auf den See, dann wird man wie magisch angezogen. Und muss diesen beschreiten und das bis zum Ende und zurück. Eventuell gehen wir so im übetragenden Sinne über Wasser. Wie ein großes Vorbild vieler aus grauer Vorzeit. Oder damit ist ein Gefühl von Freiheit verbunden, das man so nur auf einem Steg bekommt. Weil am Ende Schiffe kommen und fahren.

Kinder werfen Steine ins Wasser. Immer, viele, große und kleine und überall. Auch das scheint einen tieferen Hintergrund zu haben. Denn die Intensität ist überraschend. Die können sich alle Kinder nicht abgeschaut haben. Ich habe noch nie einen Erwachsenen gesehen, der 2 Stunde kleine Steine ins Wasser wirft. Aber Kinder machen das. Das, was draußen ist, muss rein ins Wasser.

Männer können immer Sport sehen. Egeal welchen. Oder Sport machen. Dieses Gewinnen und Verlieren scheint auch so einen tieferen Hintergrund zu haben. Das Messen, Bewerten ist dem Mann sehr wichtig. Das Dominieren und Beiwohnen. Stunden um Stunden können Männer das. Mit einer Leidenschaft, die sie von allem Weltlichen entrückt.

Eine große, unerfüllte Sehnsucht erfüllt sich vollendet im Sport. Immer und immer wieder. Das Mitfreuen und Mitleiden gehört ebenso dazu. Alles daran gehört dazu. Alles.

Frauen können probieren. Mit großer Geduld und großem Interesse können Frauen alles in epischer Breite ausprobieren. Die große Kunst am Ausprobieren der Frau liegt darin, dass dem kein Handeln folgen muss. Sondern das einfach nur ein wesentliches Interesse damit befriedigt wird. Auch hier muss es einen tieferen Hintergrund geben. Frauen können 20 Paar Schuhe ausprobieren und müssen keine zwingend kaufen. Die Große, Breite und Tiefe des menschlichen Schaffens beruht auf dem inneren Bedürfnis von Frauen. Hätten hier die Männer den Ton angegeben, gäb es von den meisten Dingen nur eins. Und das wäre hässlich und kompliziert. Alles Schöne ist deshalb eigentlich weiblich.

Innere Zwänge können sehr schön sein. Wenn man ihnen Raum gibt und sie zulässt. Sie folgen alle einem höheren Ziel. Das muss man nicht verstehen sondern einfach nur zulassen. Deshalb sollen Erwachsene auf Stegen wandern, Kinder Steine werfen, Männer Sport erleben und Frauen probieren. Auch wenn die einen nicht verstehen, was die anderen da machen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Mittwoch, 1. November 2006

Daniel Kahneman: Glück durch Geld ist eine Illusion

Psychologe und Wirtschaftsnobelpreisträger über das falsche Versprechen eines glücklichen Lebens in Reichtum und Luxus.
Zitat Süddeutsche.

Daniel Kahneman, 1934 in Tel Aviv geboren, wuchs in Paris auf, studierte in Jerusalem und an der University of California in Berkeley. Seit 1993 lehrt er in Veröffentlichungen auf einen Blick.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 14:02

Dienstag, 31. Oktober 2006

Weltneuheit! Exklusiv nur auf dem note-blog: Die erste buddhistische Online Zeitansage

Beim nächsten Pulsschlag ist es genau: JETZT!

The Buddhawatch:
Stimmt immer. Absolut präzise. Ohne Abweichung. Mit Sommerzeit. Läuft ohne Batterien. Keine Mechanik. Kein Verschleiß. Trägt man locker in sich. Überall erhältlich, wo die Zeit noch nicht abgelaufen ist. Stellt sich automtisch auch bei Intercontinentalflügen über jede Zeitzone hinweg ein. Kann man nicht entwenden. Und ist absolut stoßfest und wasserdicht. One fits all. Für Sie, Ihn und auch das Über-Ich. Leider nur ohne Werbeaufdruck erhältlich. (Hinweis: Diese Uhr ist Personen nicht zu empfehlen, die nicht ganz richtig ticken!)

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 17:17

Orientierungshilfe

Nein!

Hier auch nicht!

Nein, sie sind schon viel weiter.

*Sie sind genau hier!

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 17:10

Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen

Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das

verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst

besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du

heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen. Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 09:14

Unser erster Wunsch: Der Wunschneukunde sollte aus München und dem Umland stammen

Wir wünschen uns Kunden aus der Nähe. Weil die Entfernung und das ständige Reisen hinderlich sind. Wir sind lieber in der Nähe unserer Lieben. Damit sind auch unsere lieben Kunden gemeint. Kurze Wege. Nicht so viel Zeit auf der Strecke lassen. Das spart nicht nur Zeit und Geld, sondern erspart viele Missverständnisse und ungeliebte Umstände. Distanz schafft Distanz. "Wir kommen mal kurz rüber." Klingt doch besser. Aber der wesentliche Grund für Kunden um die Ecke oder nur einen Katzensprung entfernt ist, dass wir mehr Zeit für das Wesentliche haben. Und das ist uns besonders wichtig.

Die Autobahnen, Züge und Flieger sind voll von Menschen, die Stunden und Geld, aber vor allem kostbare Lebens- und Arbeitszeit verschwenden. Was man in der Zeit alles Tolles machen könnte. Deshalb unser Wunsch, kommen Sie direkt aus München oder dem Umland.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:05

Unser zweiter Wunsch: Der Wunschneukunde sollte aus dem Mittelstand kommen

Am besten können wir mit Kunden, die sich verantwortlich für ihr Denken und Handeln zeigen. Das trifft man primär im Mittelstand an. Mit Konzernen ist alles etwas schwieriger, weil da zu viel Politik im Spiel ist und täglich andere unliebsame Hindernisse überwunden werden müssen. Wir lieben Kunden, die auf gute Ideen bauen und angewiesen sind. Die sich darüber freuen, wenn es funktioniert, und die kein Problem haben, dafür auch gebührend Anerkennung zu zollen. Wir mögen diese produktive Gemeinsamkeit, echte Ziele anzugehen und zu erreichen. Dafür benötigt man flache Hierachien, kurze Entscheidnungswege und vor allem Mut. Das sind alles Attribute, die man im Mittelstand antrifft. Wir wollen und können Budgets nicht verwalten, wir lieben es zu gestalten.

Unser Wunsch ist: Bitte kommen Sie aus dem Mittelstand und haben Sie Ihr Kerngeschäft im deutschsprachigen Raum.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:04

Unser dritter Wunsch: Der Wunschneukunde sollte ein Gleichgesinnter sein

Man tut sich keinen Gefallen, wenn man nicht auf einer Wellenlänge ist. Die Unternehmens-Kulturen müssen zueinander passen. Man muss sich respektieren, mögen und schätzen. Die selben Ideale verfolgen. Moralische und ethische Übereinstimmung. Das ist sehr wichtig, denn so freut man sich immer wieder aufeinander. Was ein sehr produktives Arbeitsumfeld schafft. Man erreicht mehr, miteinander. Man vergeudet keine Kräfte und Energien in sinnlosen Debatten über Geschmack und Haltung. Gleichgesinnte zu sein, heißt, nicht neidisch oder eifersüchtig zu sein. Sich für den anderen zu freuen. Ihm alle erdenkliche Unterstützung zuteil werden zu lassen. Nicht nur aufs Geld zu schauen, sondern viel Wert auf das gemeinsam erreichte und gepflegte Niveau zu legen. Wir wollen nicht nur Kunden, sondern Agenturfreunde gewinnen.

Unser Wunsch: Machen Sie sich ein Bild von uns und gehen Sie in sich, ob Sie eine große Übereinstimmung empfinden. Wenn sich das gute Gefühl in Ihnen breit macht, dann könnte es passen.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:03

Montag, 30. Oktober 2006

Die Postbank Vermögensberatung ist auf den Hund gekommen

"Scheiß drauf", heißt dieses hinreißende Arrangement im Schaufenster der Postbank Vermögensberatung auf der Klenzestraße in München. Eine Inszenierung des berühmten Aktionskünstlers Holger von Ton Taxa. Eine Fortsetzung der erfolgreichen Schaufenstergestaltungen der vergangenen Jahre wie: tote Hunde, blinde Kühe, dumme Gänse, Glücksschweine und dicke Kröten die man schlucken muss. Hat er dem ganzen jetzt den Deckel auf den Kopf gesetzt: Der Goldesel. Denn nur der macht wirklich aus Scheiße Gold. Wie die Postbank. Also, wenn du so richtig Scheiße bist? Dann bist du bei uns genau richtig.

Geschrieben von Christof Hintze um 11:58

Live: Botschaft von George Michael an George W. Bush und Mr. Tony Blair

Was das ZDF seinen Zuschauern bei der Übertragung des Live-Acts von George Michael sicher nicht zeigen wird. ZENSUR. Hier könnt ihr es sehen. Das große Tier ist Herr George W. Bush. Das kleine zwischen seinen Lenden ist Herr Tony Blair. Und der Typ, der da auf der Bühne versucht die Beiden von einander zu trennen, das ist Herr George Michael. Den passenden Song gab es auch dazu und das Publikum hatte seinen Spaß.

Ich weiß nicht, in wie weit öffentliche Personen sich dazu hinreißen lassen sollten, zu Themen Stellung zu beziehen, die nicht ihr Gebiet sind. Aber wenn andere öffentliche Personen die selbe Spezies benutzen, um sich selbst ins bessere und rechte Licht zu rücken, warum nicht? Wieviele Stars aus der Sport- und Showwelt sollen über das klägliche Dasein von Politikern hinweg täuschen? Das müssen wir ständig ertragen und dulden. Da ist so eine Aussage, doch mal echt anständig. Denn sie ist offen und ehrlich. Und unmißverständlich. Auch wenn man anderer Meinung wäre.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 11:41

Der Mann im Mond

Auch im Bereich des Marketings gilt: Es ist nicht entscheidend, was die Menschen wissen, sondern was sie glauben. Wissen zu vermitteln ist völliger Blödsinn. Und eine Endlosinvestitionsschleife. Denn das Wissen um jedes Thema verändert sich ständig. Der Mensch muss nur glauben. Das genügt zum einen völlig. Und spart viel Geld. Und funktioniert. Denn wer Wissen vermittelt, der offenbart auch Unwissenheit. Und welcher Kunde steht schon gerne blöd da?

Somit kann Glaube Märkte versetzen. Wissen hat und wird das nie können. Wer das nicht glauben mag und weiter der armen Zielgruppe beibringen will, was besser und schlechter ist und vor allem warum, der soll sich mal ein Thema etwas genauer ansehen - Religion.

Und den berühmtesten Satz der Philosophie wertschätzen lernen: Wir wissen, dass wir.....

P.S. Was hat das mit dem Mann im Mond zu tun? Ganz einfach, wir glauben, dass wir auf dem Mond waren, aber wir wissen es nicht. Somit setzt sich unser Wissen zu 99,9999999999999999999999 % aus Glauben zusammen. Gut zu wissen, oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:02

Ein Plan ist leider oft nur ein schlechter Plan

Die Städteplaner hatten Anfang der 70er große Pläne. Sie schufen ganze Städte auf einen Schlag. Aus der Retorte. Lebensraum für tausende Familien vom Zeichenbrett. Sozialer Wohnungsbau. So entstand auch der Kölner Stadtteil Köln-Chorweiler. An alles haben die Idealisten und Visionäre damals gedacht. Es gibt ein City-Center zum Einkaufen. Ein Schwimmbad. Es gibt eine Polizeidienststelle. Kindergärten. Spielplätze. Schulen. U-Bahn. Busbahnhof. Ein Ärztehochhaus. Alles, was ein Ballungsraum braucht, wurde auf einen Schlag gebaut. Ein Plan der 70er.

Ein Scheißplan, wie sich einige Zeit später herausstellte. Denn es war ein Plan, der das Wesentlichste nicht berücksichtigt: den Menschen. Denn Chorweiler ist schnell ein sozialer Brennpunkt geworden. Eine Stadt mit einem Ausländeranteil weit über 50%. Mit vielen Menschen am Existenzminimum. Mit vielen Arbeitslosen. Mit viel Kriminalität. Mit viel Aggressivität und Gewalt. Mit vielen Selbstmorden. Woher ich das weiß? Ich bin da zur Schule gegangen. In die Heinrich-Böll-Gesamtschule Köln-Chorweiler.

Deshalb hab ich ein sehr genaues Bild von assozial, wenn andere glauben, über dasselbe zu sprechen. Ein sehr detalliertes. Denn ich war da. 8 Jahre lang. In einer Stadt ohne Seele, ohne Herz. Die einem nie das Gefühl von zuhause vermittelt. Das wohl größte Asylantenheim Deutschlands. Zum Glück habe ich ca. 20 Kilometer davon entfernt gewohnt. Aber ich habe nichts vergessen. Die Bilder sind alle noch da, als ob es gestern war. Dabei habe ich im Juni 1985 das letze Mal den Boden von Chorweiler betreten. Denn wer diesen Ort einmal verlassen hat, der kommt nie wieder.

Schon damals war ich sehr verwundert über die Pläne, die einem schon auf den ersten Blick vor Augen führten, dass sie nie aufgehen würden. Ob einer der Planer oder Architekten von Chorweiler je selbst dort gewohnt hat? Wohl kaum. Das ist auch das Elend mit der Werbung. Es fehlt die Nähe zu den Dingen und Zielgruppen. Die man sieht und spürt. Zuviel Distanz. Nur mit spitzen Fingern berührt. Ich merke, dass da jemand etwas nicht selbst anfassen, begreifen oder respektieren will. Das geht so weit, dass die Zielgruppe regelrecht verarscht wird.

Ich sag ja nicht im übertragenen Sinne, dass jeder in Chorweiler wohnen muss, um zu kapieren, was da los ist, aber man sollte die Menschen nicht veräppeln. Respekt ist das Wichtigste. Distanz verhindert diesen. Wer Distanz bewahren will, sollte zumindest den Respekt um so mehr auftrecht erhalten.

Sonst haben die Pläne der Werbung die selbe verheerende Wirkung wie die der Städteplaner in der 70ern. Denkt an die Menschen. Die Arbeitsplätze. Den Nutzen. Die Lebensqualität. Niemand möchte in einem schlechten Plan aufwachen.

Deshalb amüsiert mich die Unterschichten-Diskussion sehr. Nicht hinsehen, bedeutet nicht, dass es nicht trotzdem da ist. Nicht wahr haben wollen, bedeutet nicht, dass es nicht längst irgendwo traurige Realität ist. Das ist ja wie in der französischen Revolution, als das hungernde Volk um Brot bettelte und Marie Antionette sich die Bemerkung nicht verkneifen konnte, zu äußern: Wenn die kein Brot haben, warum essen sie denn keinen Kuchen?

Ich wünsche allen Schichten eine schöne Woche.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Herr Shakespeare - Sie fehlen mir

Mein Respekt vor seiner Lebensleistung ist unermesslich. Die Titel seiner Stücke und auch die Übesetzungen sind meisterhaft. Der präzise Blick in die Wirklichkeiten der Menschheit, der bis heute stand hält, an Aktualität nie verloren hat, zeugt von großer analytischer Fähigkeit. Die zum Glück nicht bei einem Psychiater geendet, sondern in diese vielen grandiosen Stücke eingeflossen ist. Es ist ein großer Verlust, dass eine solche Persönlichkeit nicht immer unter uns weilt. Ich bekomme Gänsehaut, wenn ich nur darüber nachdenke, wenn ein Kaliber wie William Shakespeare all sagen wir mal zwei Jahre eine Uraufführung zum Besten geben würde. Schade.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Freitag, 27. Oktober 2006

Der Friedhof ist voller Menschen die unersetzlich sind

Viel Vergnügen beim Rundgang durch die Geschichte. Genauer unsere. Immer den Kreuzen nach.

Honoré de Balzac, Gilbert Bécaud, Sarah Bernhardt, Georges Bizet, Pierre Brasseur, Ettore Bugatti , Maria Callas, Marcel Camus, Frédéric Chopin, Eugène Delacroix, Max Ernst, Stéphane Grappelli, Jean de La Fontaine , Jean-Baptiste Poquelin Moliere , Yves Montand , Jim Morrison, Michel Petrucciani, Edith Piaf, Marcel Proust, Gioacchino Antonio Rossini, Simone Signoret, Oscar Wilde ...

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 20:48

Ein weiteres meiner weltberühmten Flugzeugfotos: Aus der Luft gegriffen

Ist mir erst Gestern vor die Linse gekommen. Was sind das eigentlich für Typen die so was fotografieren? Langsam bekomme ich Bedenken. Zweifel. Aber es scheint nicht weiter gefährlich. Aber jeder Flieger am Himmel löst diesen Reflex in mir aus. Könnte das wieder eins werden, meiner weltberühmten Aufnahmen? Wie erkläre ich das anderen und vor allem mir? Dazu demnächst mehr. Hier. Wo sonst.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 10:53

What you see is what you get?

Dieses Sprichwort sollte man im Fall Marketing und Kommunikation nicht so wörtlich nehmen. Denn hier verhält es sich ähnlich wie bei Eisbergen: Das wirklich Interessante sieht man nicht auf den ersten Blick, erlebt man aber unvermeidlich. Das für die Werbewirkung so wichtige Involvement soll unbemerkt und überraschend seinen Platz in der Gefühlswelt des Rezipienten einnehmen. Ohne dass er es hätte verhindern können. Man ist somit bei guter Werbung immer gewollt auf Kollisionskurs mit dem Unterbewusstsein. Das liegt, wie beim Eisberg, unter der Oberflächlichkeit. In den Tiefen der Hirnwindungen. Somit kann Werbung, die vordergründig ist, nie den erstrebenwerten Tiefgang erreichen. Denn da lauern alle Vorurteile, Bedenken und andere Abwehrmechanismen, die uns schützen. Werbung muss schon schlauer sein als der Rezipient glauben mag, um dahin zu gelangen, wo alle hin wollen. Vom Unterbewusstsein ins Bewusstsein. Auf den Platz 1 im Relevant Set. Vom Unbekannten zum Interessenten zum Käufer.

Wie gut, dass dieses Handwerk nur wenige können, bisweilen verstehen. Was man an einer einfachen Äußerung leicht entlarven kann: Das versteht der Kunde nicht! Wenn dieser Satz fällt, weiß man, woran man ist. Antworten Sie einfach: Wieviel Amerikaner haben "Vorsprung durch Technik" verstanden? Wieviele sprechen deutsch da drüben? Kann Audi so lange so sehr irren? Immerhin ist es Audi.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:03

Geschmack

Worüber die Menschen am meisten reden, haben sie die wenigste Ahnung. Deshalb reden sie ja so viel darüber. Um den zum Scheitern verurteilten Versuch zu unternehmen, neue Erkenntnisse hinzu zu gewinnen. Besonders verhält sich dies so bei Geschmacksdiskussionen. Geschmack ist ein Privileg. Das man sich hart erarbeiten muss. Denn es resultiert aus der Bereitschaft und Fähigkeit der selektiven Wahrnehmung. Das bedeutet, etwas bis ins kleinste Detail zerlegen zu können. Und nicht nur ganzheitlich bzw. oberflächlich wahrzunehmen.

Am Beispiel des Weins kann man dieses Verhalten sehr gut festmachen. Wir haben alle (mich eingenommen) keine Ahnung von Wein. Wir glauben aber Ahnung zu haben. Weil wir Etiketten und Preis mit Geschmack verwechseln. Nur

weil man einen bekannten und/oder teuren Wein köpft, hat man noch lange keine Ahnung. Deshalb das ganze Gerede um Wein. Mein Lieblingsweinhändler (auch liebevoll Dealer von mir genannt, Walter Zimmermann von Walter & Benjamin auf der Rumfordstraße 1 in München), hat mir mit einem Satz die Augen geöffnet. In dem er sagte: "Du kannst jeden Tag deines Lebens einen guten Wein trinken, ohne je 2 x den selben getrunken zu haben."

Mit diesem Satz im Kopf ließ ich meine Gedanken über den Parker und den Johnson streifen und über die viele Etiketten im Regal. Untermauert wurde diese These von der Tatsache, dass aus dem Bordeaux nur knapp 2% der weltweiten Weinproduktion kommen, wir aber von ca. 5.000 verschiedenen Abfüllungen reden. Somit müsste ich, um in die Nähe des Kenners zu kommen, täglich ca. 20 bis 50 verschiedene Tropfen in seine Einzelteile zerlegen. Und das über Jahre fortführen. Dabei dürfte ich nie auf den Preis und das Etikett schauen, sondern müsste mir immer ein eigenes Bild von der Beschaffenheit machen.

Das macht niemand, den ich kenne. Auch die größten Weinkenner nicht. Somit muss man sich entweder auf seine Nase und seinen Gaumen verlassen lernen. Oder immer genügend für große Namen ausgeben. Aber nur einer der beiden hat die Chance, so etwas wie Geschmack zu entwickeln. Der andere verläßt sich auf das Urteil Dritter.

Deshalb sind Geschmacksdiskussionen in der Regel lange Gespräche von Priviligierten, die aber zur Sache nur wenig beitragen können. In der Werbung verhält sich das ebenso. Wie in der Musik. Der Kunst. Der Literatur. Der Mode. In allem. Nur ganz, ganz wenige haben Ahnung, worüber sie reden. Nur die tun es nicht. Weil sie ja wissen, woran sie sind. Was für ein Dilemma.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Vermögensberatung für einen Toten

Bei meiner Schwiegermutter traf ich unlängst auf die Post. Darunter ein Mailing der Deutschan Bank. Adressiert an meinen Schwiegervater. Der leider schon 13 Jahre nicht mehr unter uns weilt. Was besonders schade ist, denn ich habe ihn zu Lebzeiten nicht mehr kennen gelernt. Meine Frau und ich sind erst seit 12 Jahren ein Paar. Tja, in diesem Fall bin ich zu spät gekommen.

Ich öffne das DIN-lang mailing. Darin viele freundlich dreinschauende ältere Menschen. Und es geht um Vermögensberatung im Ruhestand. Was zusätzlich bitter ist. Denn mein Schwiegervater ist mit 65 Jahren gestorben. Von seiner Rente und seinem Ruhestand hat er nichts gehabt.

Meine Schwiegermutter reagiert darauf, wie jemand aus dem Ruhrpott eben reagiert. "Schmeiß weg!" Ach, dabei ist mir auch aufgefallen, dass der Telefonanschluss der Telekom seit 12 Jahren auf einen Toten läuft. Der zudem auch noch die Telefonrechnung aus dem Jenseits begleicht.

Der Fall hätte nicht meine Aufmerksamkeit erregt, wenn der gute Mann nicht schon vor über 12 Jahre das Zeitliche gesegnet hätte. Somit habe ich hochgerchnet: Dass in Deutschland im Jahr ca. 700.000 Menschen sterben. Das macht in 12 Jahren 8,4 Millionen Tote. Die weitesgehend in allen Datenbanken weiter leben. Sagen wir mal 40 % davon sind sogenannte Halbtote der Datenbanken. Das sind immer noch 3,36 Millionen Tote. Die prozentual mehrheitlich älter waren. Sagen wir mal zu 80 %. Das bedeutet, dass 2,288 Millionen Menschen seit dem Tod meines Schwiegervaters einen volkswirtschaftlich und betriebswirtschaftlich enormen Schaden anrichten. Ohne es zu wollen. Sie könne dagegen nichts tun, denn sie sind ja tot. Gerade die Deutsche Bank trifft das hart. Wenn man bedenkt, dass deren Zielgruppe eh nur auf reiche, ältere Menschen ausgerichtet ist. Dann verschicken die ca. 50% an Tote. Ich glaube, das hat den Begiff "Totes Kapital" verdient.

Schon Wahnsinn, nicht nur, dass wir nicht mit den Lebenden fertig werden, jetzt liegen uns auch noch die Toten auf der Tasche. Dass es da noch keine statistische Datenlöschungsstelle gibt, bei der alle Datenbanken automatisch Tote aus der Datenbank löschen lassen könnten. Das hätte viele Vorteile. Die Datenbankbesitzer müssten zahlen für diesen Abgleich. Somit hätte das zwei Vorteile. Zum einen würde Geld verdient werden, wo man es braucht. Und das sogar mit den Toten. Und zum anderen würde man den wirtschaftlichen Schaden und das damit verbundene Image und anderweitige Schäden verhindern. Das ist doch was wert. Warum da noch keiner dahinter gekommen ist?

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Donnerstag, 26. Oktober 2006

freunde

ich moechte euch hier eine guten freund und kollegen vorstellen: theo barth. theo und ich kennen uns vom studium in einer stadt, die es angeblich gar nicht gibt.

erst zeige ich hier theo und dann zeigt theo eine arbeit ueber shanghai. wollte ich auch immer schon mal hin. ach ja.

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 20:36

Mädchen am Bund

Geschrieben von um 20:34

Fuxing Park

Geschrieben von um 20:32

Hochzeitspaar Pudong

Geschrieben von in Weite Welt um 20:31

Hafen Shanghai

Geschrieben von in Weite Welt um 20:31

Friseur Zhabai District

Geschrieben von in Weite Welt um 20:24

Wohnsiedlung Zhabai District

Geschrieben von in Weite Welt um 20:23

Volksgarten

Geschrieben von in Weite Welt um 20:22

Spielplatz

Geschrieben von um 20:20

Volksgarten

Geschrieben von in Weite Welt um 20:19

Golfspieler, Pudong

Geschrieben von in Weite Welt um 20:16

Die Tür zum Gestern ist geschlossen und die zum Morgen noch nicht geöffnet

Heute musste ich erfahren, dass ein mir lieber Boulespieler, seine Frau und ein weitere Boulespieler bei einem schrecklichen Verkehrsunfall Helmut. Barbare. Yves. Sagt man auf Wiedersehen. Tschüss. Oder salut? Es waren wunderbare, unvergessliche Momente mit Euch. Ich möchte mich dafür recht herzlich bedanken. Danke.

Geschrieben von Christof Hintze um 19:39

Das Spiel. La partie. Kapitel 1.

Boule ist ein Spiel. Es ist doch nur ein Spiel würden einige – leichtfertig - mutmaßen. Weitestgehend, bis gänzlich kämen diese unwissenden Äußerungen sicherlich nicht von Franzosen. Pas du tout. Auf diese unbedachte Äußerung würde man einem Franzosen nur ein „Boche!“ entlocken. Das Kosewort der Franzosen für die barbarischen Deutschen. Die Bedeutung ist nicht ganz klar, sie liegt höflich ausgedrückt bei „Dickschädel“. Aber sie geht auch noch weiter, viel weiter. Boule ist ohne Zweifel ein französisches Spiel. Keine Ahnenforschung wird einen anderen Ursprung, als einen französischen, entdecken. Nicht wie Backgammon, dass schon 7.000 Jahre vor den Zockern in den Cafés im sandigen Ägypten ganze Dynastien eventuell ruiniert hat. Keine Höhlenmalerei in Australien, die kleine Männer mit Kugeln um sich werfend zeigen. Nichts. Geboren, gewachsen, gespielt und gestorben in Frankreich. Der Todestag muss somit der aller letzte der Zivilisation sein. Oder ein missglückter französischer Atomversuch. Oh, la, la. Das jüngst Boulegericht so zusagen. Boule ist ein Nationalsport. Habe ich aus Versehen „ein“ gesagt? Falsch! Ich meinte natürlich „der“ Nationalsport. Wenn Frankreich eine unbemannte Raumkapsel ins all schießen würde, auf dem Weg in ferne Galaxien, mit den wichtigsten weltlichen Botschaften für das Universum. Dann lägen da hundertprozentig 3 nagelneue Sätze polierter „Obut Match plus“ Kugeln drin. Das Spiel das man ohne weiteres nicht wirklich zu den klassischen Sportarten zählen kann. Darf? Soll? Muss? Diese Formulierung ist zugegebenermaßen grenzwertig. Aber es geht nun mal nicht anders. Was man unter anderem daran erkennt, dass man noch nie eine Begegnung im Fernsehen hat verfolgen können. Nicht mal die Boule Weltmeisterschaften flimmern über Eurosport. Und in diesem Restsportweltverwertungskanal, da kann man sogar Snooker, Criket, Pokern, Mister Universum und Monstertrucks sehen. Aber eine Boulekugel rollte da noch nie durchs 4 zu 3 geschweige 16 zu 9 Bild. Nicht mal in Mono. Sogar auf Arte oder 3 SAT könnte man ja mal eine Kultursendung „Boule“ erwarten. Nichts. Gar nichts. Curling kann man da stundenlang bewundern, Kegeln und Bowling. Aber ein kleines rotes Schweinchen, habe ich da noch nie im Dreck liegen sehen. Um eine anerkannte Sportart zu sein, dazu gehört für Viele schon, neben Sponsoren und Medientauglichkeit, weit aus mehr.

Geschrieben von Christof Hintze in Das Spiel um 18:00

The Web Matrix

Ich bin an das Ende unseres Universums gelangt. Wer will kann mitkommen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:24

Das wahre Symbol für eine freie Welt

Was man mit Werbung alles erreichen kann? Alles! Hier der Beweis.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:50

Gestern abend, direkt vor der Haustür, dass musste ich euch einfach zeigen

Um Himmelswillen ist das nicht schön? Leider kann meine kleine Digi nur diesen winzig kleinen Ausschnitt einfangen, aber den Rest könnt ihr euch sicher denken. War auf jeden Fall beeindruckender als dieses erbärmliche DFB Pokal Gekicke.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:25

Es gibt ihn doch

Regen, ohne dass man nass wird. Heute morgen bin ich auf der A96 nach München gefahren. Wie seit 7 Jahren. So bei Tempo 145 und auf Höhe von Gilching, ging akustisch ein Regenschauer nieder. Aber nur akustisch. Das Auto, die Windschutzscheibe blieben trocken. Um mich herum traten alle anderen Autofahrer nervös in die Eisen. Die Geräuschkulisse hatte was Unheimliches. Es klingt nach Regen, sieht aber nicht danach aus. Der mitteleuropäische Junior-Product-Manager in seinem 3er BMW wähnt sich natürlich sofort in schrecklicher Gefahr.

Ist der Blackberry kaputt? Kommt das aus dem Navi? Hängt die CD? Oder gibt es gar Regen ohne Tropfen?

Ich erkannte aber schnell, dass es Sand war. Der da vom Himmel viel. Sand aus Afrika. Der nach langem beschwerlichen Weg nun hier nieder rieselte. Der Himmel war klar. Keine Wolken. Nur weit weit oben sah man den Jet Stream toben. Ein schönes Erlebnis.

Saharasand bei München. Und alle anderen haben heute sicher versucht, einen Termin in der Werkstatt zu bekommen. Und machen dem armen Werkstattleiter ständig dieses Geräusch vor. Das doch irgendwo her kommen muss. Das macht 128 € und weg ist das Geräusch. Lag an der Lüftung! Die lachen sich jetzt noch kaputt.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:11

Jubiläumsaktionen sind Blödsinn

Ich weiß nicht, wer damit mal Jubiläumsaktionen ist mehr als fragwürdig. Denn es ist dem Konsumenten völlig egal, wie "alt" ein Unternehmen ist. Und zudem machen sich die Unternehmen selbst Preisnachlässe. Was dem Unternehmen noch mehr schadet. Also, man schadet mit einer solchen Aktion ein Unternehmen an allen wesentlichen Parametern: Marke und Profit. Das Investment rechtfertigt mit dem Blick auf den Return of Investment nie eine solche Aktion. Die Zahlen werden immer geschönt.

Selbstbeweihräucherung. Das hat nichts mit schlauem Marketing zu tun. Sondern da wird nur teuer die selbstbefriedigt. Das Kapiatl könnte man sinnvoller nutzen. Denn diese Aktionen sind Bravo ist plötzlich ein alter Sack.

Also, Jubiläumsfeiern einfach lassen! Und was Sinnvolles tun.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:05

Was ich immer schon mal wissen wollte

Habt ihr auch alle beim Vorspann von Raumschiff Enterprise immer mit dem Finger auf die Stelle im Fernseher gezeigt, von wo aus das Raumschiff aus den Tiefen des Weltraums plötzlich auftauchte?Habt ihr auch immer, wenn ein Zug vorbei fuhr, die Waggons gezählt? Habt ihr auch immer am liebsten zuerst das Nutella aufgemacht? Habt ihr auch so gerne eure Fußabdrücke im Neuschnee hinterlassen? Habt ihr auch den Kakao nicht auf einmal in die Milche gegeben,

sondern auf dem Löffel immer wieder eingetaucht? Habt ihr auch bei der Prinzenrolle erst den Keks oben gegessen, dann die Schokolade und zum Schluss den unteren Keks? Habt ihr auch beim Essen eines Bounty erst die Schokolade drumherum gegessen? Habt ihr euch auch bis heute nicht die Melodie vom Tatort merken können? Habt ihr es bis heute auch nicht geschafft, auf dem Rücken liegend einzuschlafen, sondern nur in der Seitenlage mit einem Bein draußen (außerhalb der Decke)? Habt ihr beim Bonanza Schauen erst viel später bemerkt, dass Adam gar nicht mehr da ist? Habt ihr euch bis heute den Namen der Kröte von Catweazle merken können? Habt ihr auch so gerne Mohrenkopfbrötchen in der Schulpause gegessen? Habt ihr auch für den Sound Bierdeckel mit Wäschklammern an euer Hinterrad vom Fahrrad gemacht? Habt ihr auch als Kinder beim Autofahren ständig gekotzt? Habt ihr auch im Fußballverein (bis B-Jugend) immer das Gefühl gehabt, dass die Gegner vor dem Spiel einem total übermächtig waren? Habt ihr beim aktuellen Sportstudio auch immer bis zum Torwandschießen durchgehalten? Habt ihr auch zum Glück einen Vater gehabt, der euch um 4.00 Uhr nachts aus dem Bett holte, um Muhammad Ali boxen sehen zu können? Habt ihr Silvester auch immer "Dinner for one" gesehen? Habt ihr auch beim Zugfahren so gerne den Kopf aus dem Fenster gehalten? Habt ihr euch beim Schulbusfahren am liebsten in die letzte Reihe in die Mitte gesetzt? Habt ihr im Schulunterricht auch so ungerne vorne gesessen? Habt ihr auch so gerne Pfannekuchen mit Apfel drin gegessen? Habt ihr trotz aller heiligen Versprechen heimlich Fernsehen geschaut, wenn die Eltern weg waren? Habt ihr bei Lassie auch manchmal gedacht, wie oft brennt der Wald denn eigentlich noch? Habt ihr bei Daktari auch geglaubt, der Löwe würde schielen? Habt ihr euch gegenseitig alle auch immer gute Nacht gesagt bei der Schlussszene der Waltons? Habt ihr beim Wandern auch eurem Vater immer geglaubt, dass man hinter der nächsten Kurve endlich am Ziel ist? Habt ihr auch immer nicht genug vom warmen Pflaumenkuchen eurer Mutter bekommen können? Habt ihr auch so eine verdammt gute Zeit gehabt?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

Siemens BenQ: Der klägliche Versuch, nur nichts falsch zu machen

Mal ehrlich, kein Hahn kräht nach den Handys von Siemens und BenQ. Die waren von einer solchen Langeweile, wie ein grauer Teppich in einem Büro. Ich kann mich an kein einziges erinnern. Im Gegensatz zu Motorola und Nokia. In einem Markt der absoluten technischen Vergleichbarkeit Produkte zu entwickeln, die nicht mal sexy sind, das ist grob fahrlässig. Aber da haben alle jeden Tag nickend vor sich hin gemurmelt: Das haben wir doch immer so gemacht. Zeigt aber die Einstellung zu den Bereichen Marketing und Kommunikation. Da haben die Techniker und die Bedenkenträger das Wort. Da hat die Halbwissenschaft Marketing und Kommunikation nichts zu sagen. Diese bunten Hunde. Und dann wird alles noch in dieser riesigen Konzernmühle zermalmt. Somit ist es die gerechte Strafe für Manager, die nur eins im Sinn hatten: Nur nichts falsch zu machen. Und sich dabei so clever zu verhalten, dass sie beim Duschen nicht nass wurden. Mit der Einstellung würde Michael Schuhmacher noch heute an der Cartbahn seines Vater arbeiten, Steffi Graf wäre Friseuse geworden und Steve Jobs würde Server reparieren.

Es ist die allerfalscheste und fatalste aller Businesseinstellungen. Nur nichts falsch machen. Denn sie macht mutlos. Sie macht gesichtslos. Sie produziert reine Langeweile. Und wer will das schon? Hätten die Jungs von Siemens jeden Tag nur einen Fehler gemacht, dann wäre es der profitableste Unternehmensbereich und wäre nie verkauft worden.

Vorbei. Das schöne Geld ist futsch. Und die Arbeitsplätze auch. Aber etwas Gutes hat es, die langweiligen Produkte sind aus den Regalen und machen Platz für sexy Produkte. Es macht Platz für ein Unternehmen mit Mut, mit Fehlern, mit geilen Produkten. Und ist es nicht das, was wir wirklich wollen?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

Mittwoch, 25. Oktober 2006

(Erinnerung) Chiemgau III

Die Kellner im Café Tomaselli lassen sich nicht gerne bei ihrer Arbeit stören. Touristen kommen aus dem Regen und schauen betröpfelt, weil sie keinen freien Tisch entdecken. Ein Handy, obwohl verboten, klingelt in der Handtasche einer Dame. Ein älterer Herr setzt sich zu einem anderen älteren Herrn und sie kommen ins Gespräch. Eine Kellnerin geht herum und verkauft den Kuchen direkt vom Tablett. Eine Ehefrau weist ihren Ehemann an, den vorbeifliegenden Kellner einzufangen. Drei Amerikanerinnen, die alle das gleiche Sweatshirt mit Sternenbanner tragen, versuchen die Toilette zu finden. Eine lesende Frau sitzt auf einer Bank in der Ecke und hat einen Vorrat an Zeitungen um sich drapiert, auf hölzerne Rahmen gespannt, und nippt ganz entspannt an ihrem Einspänner. Über die Treppe kommen Touristen herunter, die oben auch keinen Platz gefunden haben. Ein anderer Kellner balanciert Kaffeetassen und Wassergläser, auf deren Rändern kleine Kaffeelöffel liegen, und fordert unachtsame Touristen auf, doch den Weg frei zu machen. Eine andere Kellnerin bestückt ihr Tablett mit Kuchenstücken aus dem Buffet und wird von einem Kollegen angesprochen, der auf eine Gruppe teuer gekleideter Menschen zeigt. Von einem Vierertisch erheben sich die Gäste und überlassen die Stühle einem tropfnassen Touristen, der hektisch seiner Begleitung winkt. Ein Reiseführer sammelt seine Gruppe ein. Ein Japaner versucht mit Händen und Füßen zu zahlen.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:52

Ein weiteres Foto meiner weltberühmten Flugzeugaufnahmen

Aufgenommen letztes Wochenende. Konnte ich euch einfach nicht vorenthalten. Ein Prachtstück. Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 17:28

Geh(t) doch

Der Mensch neigt sehr zur Bequemlichkeit. Ich natürlich uneingeschränkt auch. Da freut es den einen oder anderen, wenn wenigstens die nächste Rolltreppe dieser Welt einem mal nicht direkt entgegen kommt, sondern falsch herum geht. Alle anderen ärgert es natürlich weit aus mehr. Verdammt, selber gehen. Ebenso verhält es sich mit Fahrstühlen und Rollbändern. Bequem sind sie ja schon, aber Bewegung wäre eigentlich und sicherlich besser. Zu viel Bequemlichkeit ist einfach nicht gut für uns. Sogar extrem schädlich, darf man wohl sagen. Denn die Lust zur Bewegung und Veränderung schwindet in dem Maß, in dem man es sich bequem macht. So auch in unserer Volkswirtschaft. Die sitzt in einem dicken, fetten, roten, tiefen, weichen, breiten, brutal bequemen Plüschsofa und kommt nicht mehr so richtig hoch. Und wovor die meisten schreckliche Angst haben, dass es genau sie sind, die sich eventuell bewegen müssten. Geistig wie körperlich. Und wenn es nur eine Rolltreppe hoch ist. Die warten lieber, bis sich die Richtung der Rolltreppe ändert.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 15:04

EiSkiG*: Gut, besser, der Beste...

"Bester Schneider der Stadt", prangt im Fenster des Ersten.
"Bester Schneider der Ostküste", prangt im Fenster des Zweiten.
"Bester Schneider der USA", prangt im Fenster des Dritten.
"Bester Schneider der Welt", prangt im Fenster des Vierten.
Und der Fünfte wirbt: "Bester Schneider der Straße."

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 13:54

Der riesen David

In Florenz, direkt neben den Uffizien, überstrahlt der David von Michelangelo die gesamte Szenerie. David ist der Saga nach bekanntlich eigentlich der Kleine. Goliath war der Riese. Aber Florenz, die einstige Hauptstadt der Kaufleute, wollte ein ganz besonderes Zeichen setzen. Vor allem gegenüber dem übergroßen und übermächtigen Rom. Deshalb erschuf Michelangelo den Größten unter den vermeintlich Kleinen. Der fehlende Größe durch andere, eigene, besondere Fähigkeiten kompensieren konnte. Und somit dem Goliath überlegen war. Eine Analogie, die auch Herr Wiedeking (Porsche Chef) in seinem Buch: Das David Prinzip, sich zu eigen macht. Mir gefällt diese Analogie natürlich sehr. Denn auch ich setze meine David Waffen ein. Und kopiere keine Golitah Waffen. Auch konzentriere ich mich ausschließlich auf meine David Stärken und Vorteile. Weil ich mich an denen von Goliath immer überheben würde. Und somit auf Dauer immer unterlegen wäre. Was ich nicht will.

Noch eine Bemerkung zum Schluss. Michelangelo Bildhauer? Genau. Auch hier gibt es eine interessante Geschichte. Denn Michelangelo war der einzige Bildhauer, der sich zutraute, aus einem gigantischem Marmorblock diesen David entstehen zu lassen. Das Beeindruckende dabei war, dass er sich von vorne nach hinten durch den Block gearbeitet hat. Für alle Nicht-Bildhauer unter euch: Das ist der totale Wahnsinn. Denn der Bildhauer an sich, bewegt sich um die Statue herum. Und bearbeitet den Block somit von allen Seiten rund herum und läßt so langsam die Konturen entstehen, die dann immer feiner ausgearbeitet werden. Bis zum gewünschten Ergebnis. Nicht so Michelangelo. Der hat eine perfekte 3D-Vorstellung in seinem Kopf. Und hat sich exakt von vorne nach hinten durch den Block gerbeitet. Was bedeutet, erst die Kniescheiben, dann die Handrücken, dann die Nase, dann..

Das ist neben der Geschichte um den riesen David noch eine Ergänzung, die viele meiner Sichtweisen zusätzlich unterstreicht Wer Außerordentliches erwartet, der muss auch Außerordentliches leisten. Ob als David oder als Goliath.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:03
```

Freidenker der sieben Gedankenmeere

Ist es nicht schön, dass wir alles von uns geben können, was wir wollen? Was für ein unheimliches Privileg, das uns da zuteil wird. Schätzen wir das überhaupt? Sind wir dessen würdig? Diese unendliche Weite von Freiheit überkommt viele so sehr (mich eingeschlossen), dass am Anfang nur Bedenkliches dabei raus kommen kann. Gehversuche an Bord eines Schiffs namens Blog. Was machen Gedanken in Freiheit? Die über 40 Jahre eingesperrt waren? Meine arme Frau musste sich oft meine ganzen wirren Gedanken anhören. Immer und immer wieder. Hoffentlich trägt sie keine Spätschäden davon. Freunde mussten es ertragen. Die wenigen, die geblieben sind. Bis hin zur Familie und meinen Kunden und Mitarbeitern. Und jetzt habe ich ein Ventil. Durch das ich alles raus lassen kann, was ich raus lassen will. Ich fühle mich wie ein Freidenker der sieben Gedankenmeere. Es ist ein mächtig gutes Gefühl. Ein erhabenes. Zugleich sehr wertvoll. Und nicht so ganz ungefährllich, so auf hoher Vokabelsee. Weil man da Wort führt, wie früher die Piraten das Schwert. Und die Verletzungen, die man zufügen kann, einem ebenso wiederfahren können. Deshalb heißt es auch sicher – ausfechten.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02
```

Wenn ich 3 Apple-Services frei hätte

Erster Wunsch:
Wenn etwas mit meinem Rechner/Laptop nicht stimmt, bekomme ich bei der Reparatur sofort ein Austauschgerät, damit ich ungebremst weiterarbeiten kann.

Zweiter Wunsch:
Mein Computer wird online gecoacht. Das heißt, ich werde über die Hardware- und Software-Entwicklung so informiert, dass ich rechtzeitig Updates und/oder Upgrades durchführen lassen kann. Damit die Performance immer optimal ist (Platz, Geschwindigkeit, Arbeitsspeicher, Festplatte usw.).

Dritter Wunsch:
Eine Reparatur wird umgehend entgegengenommen und dauert nie länger als 5 Arbeitstage.

Jetzt sind meine 3 Wünsche zwar schon vobei, aber so ein paar Anmerkungen hätte ich dann doch noch. Warum haben nicht alle eine Garantieverlängerung auf 3 Jahre wie Cancom? Warum gibt es keinen Apple Store, bei dem Ware vor Ort zu haben ist? Bei Gravis Fehlanzeige! Warum kann kaum noch einer einen Rechner reparieren und alles muss erst wochenlang eingeschickt werden? Warum ist das Display vom iPod Video so anfällig? Die gibt es doch auch in kratzfest, bei dem Preis könnte das doch möglich sein? Warum kostet eine andere Farbe bei den Apple Pro Books über 100 € mehr? Ist da ein versteckter Speicher drin? Warum das alles, wenn der Kunde doch eigentlich der König ist?

Ich gebe ja freiwillig zu, dass ich Apple verfallen bin. Aber es gibt Momente, da wird meine Liebe ganz schön auf die Probe gestellt. Finde ich. Und jetzt warte ich beharrlich, bis mein PowerBook G4 Titan ein neues Mainboard bekommen hat und der Arbeitsspeicher auf über 1 Gig aufgemotzt wurde. (Die Festplatte ist auch schon neu!) Und wir reden hier von einem 2 Jahre alten Powerbook.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Dienstag, 24. Oktober 2006

There is no place like home

Das ist unser Zuhause. Also, das der note und somit auch vom note-blog. München. Bavariaring. 15. Direkt neben der Theresienwiese. Seit 8 Jahren wirken und würgen wir nun hier. Mal mehr, mal weniger erfolglos. Aber jedesmal wenn ich die Holztreppen hinaufsteige zu unseren Geräumlichkeiten. Mit dem großen Schlüssel die hohe 105 Jahre alte Flügeltüre öffne. Und in unser kleines Reich eintrete. Die Ansammlung von MAC Displays meinen Blick streift. Die Kunst an den Wänden. Und der angenehme Duft eines Nichtraucherbüros meine Nase verwöhnt. Jedesmal überkommt mich dieses schöne warme Gefühl. Das mir sagt: Hier ist der Kreative in mir zu Hause. Ich bin angekommen. Ich bin so unheimlich froh, dass wir diesen Ort für uns gefunden haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 17:34

Mensch, Mensch, Mensch

Ein Bild der Melancholie. Es begab sich heute, dass ich mal wieder U-Bahn gefahren bin. Auf dem Ohr hatte ich Miles Davis, die Platte heißt 'Kind of Blue' und der Song war 'Blue in Green'. Mehr muss man zu einer U-Bahnfahrt nicht sagen. Außer vielleicht: Mensch, Mensch, Mensch.

Geschrieben von Christof Hintze um 17:24

Heute mal eine EXPO Realität 2006

Heute war ich auf der EXPO Real in München. Für die wenigen unter euch, die nicht wissen, was das ist, es ist egal. Das muss man nicht wissen. Ein wenig Kundenbesuche hier. Ein wenig Klinken Putzen da. Ein wenig Meet & Greet. Wie man so in neudeutsch wohl sagt. Es war nett. Sehr nett. Wenn mein Kunde nicht da gewesen wäre, wäre ich sicher auch nicht da gewesen. Deshalb bin ich auch nicht auf der Systems. Was soll ich da? Denn ich hasse Klinken Putzen. Im stillen habe ich mir gewünscht, einen eigenen Stand auf der Messe zu haben. Mit der Aufschrift: Hier gibt es nichts zu sehen, bitte gehen Sie weiter. Oder: Kugelschreiber gibt es bei der Nord LB, Fussbälle bei der Postbank, Tragetaschen bei Bilfinger Berger, Süßigkeiten bei Hannover Leasing und ... und. Bei uns gibts das alles nicht. Nur gute Ideen. Oder schön wäre auch: We are fully loaded. Aber das war nur so ein Traum. Etwas habe ich dann doch entdeckt. Im Innenraum, zwischen den Hallen, schien die Sonne. Und da standen dann, wie in einem surrealen Bild von Magritte, so 200 Männer gleichmäßig an den Wänden entlang verteilt in dunklen Anzügen immer von einander abgewandt mit einem Handy am Ohr. Irres Bild.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 17:23

An der falschen Stelle suchen

Die Gesellschaft sucht auf dem Weg zu bahnbrechenden Lösungen immer an der falschen Stelle. Die Erwartung ist immer an die falschen Personen, Institutionen und Unternehmen gerichtet. Denn so gut wie fast alle weltbewegenden Entwicklungen entsprangen immer Köpfen, von denen man nichts erwartet hätte. Trotzdem beauftragen und wählen wir immer die, die es nachweislich noch nie konnten.

MP3 hat wer erfunden: Sony? Philips? Das Betriebssystem, das über 90% des Weltmarkts abdeckt, hat wer erfunden: IBM? Nixdorf? Der Flachbildschirm ging von Loewe oder Nordmende aus? Welcher Pharmakonzern hat das Penizilin entdeckt?

Wer was Neues will, wer was Besseres will, wer Veränderung will, der muss aufhören, das von denen zu erwarten, die es noch nie geschafft haben.

Erfahrung – was ist das wert? Erfahrung ist rückwärtsorientiertes Denken. Welchen Erfahrungsschatz hatten die Macher von Google, die von e-bay, die von Nordpol+, die von YouTube? Wie konnte ein Unternehmen wie Sony die Entwicklung von Flachbildschirmen, Computern, Handys und Digi-Cams verschlafen? Warum sind die bahnbrechenden Entwicklungsschritte in der digitalen Fotografie nicht von Minolta, Nikon, Hasselblad und Leica ausgegangen? Wie kann ein Fernsehhersteller wie Nokia das Non Plus Ultra im Handy-Markt werden? Wer war 1990 Motorola? Jamba?

Es gibt ein Verfallsdatum für Innovationskraft. Es gibt immer die Initiatoren, die dann aufsteigen, bewahren wollen, sich abgrenzen, bewahren müssen, die Entwicklung verpassen und untergehen. Es gibt Geschäftsführer internationalen Werbeagenturen, die nicht wissen, was ein Blog ist. Oder ein Forum. Es gibt Pressesprecherinnen von großen Automobilkonzernen, denen ergeht es ähnlich.

Das Ausruhen auf den Lorbeeren der Vergangenheit ist der Beginn des Alterungsprozesses. Die freien Radikalen, die das Altern der Zellen zu verantworten haben, heißen in Unternehmen: Arroganz, Überheblichkeit, Besserwisserei, Bewahren und Erfolg von gestern.

Nichts ist langweiliger als der Erfolg von gestern oder der mögliche Erfolg von morgen. Alles was zählt, ist der Erfolg von heute. Und wer in die beiden Gesichter der YouTube-Macher gesehen hat, der sieht, wovon ich spreche. Es suchen alle an der falschen Stelle und wundern sich, dass nichts voran geht.

Ein Fehler im System. Ein dicker Hund.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:05

Mein erstes Live-Konzert

Ich muss einschränken, dass ich zuvor schon einige Jazz- und Klassikkonzerte zusammen mit meinen Eltern und/oder Geschwistern erleben durfte. Aber mein erstes richtiges Live-Konzert war das Supertramp-Konzert, das zur Erscheinung der Platte

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Wertvoll 3: Ein Lokomotive namens Krokodil

In der Welt der Märklin-Liebhaber stockt jedem der Atem, wenn er von diesem Ungeheuer in grün hört. Gesehen haben es nur wenige in Wirklichkeit. Und ihr eigen nennen es noch viel, viel weniger. Auch hier gilt das Gesetz des Begehrens. Die eine ist sehr alt, sehr selten und schon immer der Wunschtraum eines jeden, der im Besitz einer Märklin-Eisenbahn ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Montag, 23. Oktober 2006

Das wird eine verdammt gute Woche

Also, begeben wir uns alle wieder auf die Jagd nach unseren Träumen und hoffen dass die Realitäten uns nicht so sehr davon abhalten. Ich wünsche uns allen eine echt coole Woche. Und dass wir bekommen, was wir verdient haben. Hier meine absolute Lieblingsjagdszene:

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 10:43

Cesta Punta oder Jai-Alai, aber weitestgehend unbekannt

Warum können Sportarten bestimmte Grenzen nicht überwinden, obwohl sie das Zeug dazu hätten?

Es ist das schnellste Spiel der Welt, das mit einem Ball gespielt wird. Über 300 km/h erreicht der Spielball. Es hat es nie bis nach Deutschland geschafft. Aber in Florida gibt es eine Profiliga. Da heißt es Jai-Alai. Bis heute verstehe ich das nicht. Denn kein Spiel hat mich je so in seinen Bann gezogen wie dieses. Wer es einmal live erlebt, der wird ihm immer hohen Respekt zollen. Es hat alle Eigenschaften, die ein moderner Sport braucht. Es gibt sogar einen Blog. Die man sich von einem modernen Sport wünscht. Mann gegen Mann. Oder Team gegen Team. Es ist gefährlich. Athletisch. Die Spieler müssen sehr geschickt sein. Es ist hart. Und hat Spielwitz. Seit langem ist es Volkssport in einem Land. Besser gesagt in der Region eines Landes. Das Format passt sogar perfekt ins Fernsehen. Und da, wo es gespielt wird, verwetten viele Haus und Hof auf den Ausgang. Das Merchendasing würde super funktionieren. Es hat alles, was ein Sport der obersten Güteklasse braucht. Aber so wie es aussieht bleibt es für immer zu Hause. Da wo es herkommt und hingehört. Vielleicht ist das auch besser so. Wer es einmal erleben will, der muss hier hin. Es lohnt sich.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Wertvoll 2: Fehler, die sich auszahlen

Ist schon verrückt. Da macht jemand einen einfachen Fehler. Tja, der Druckteufel. Und genau dieser Fehler führt dazu, die wertvollste Briefmarke der Welt zu werden. Alle, die offensichtlich alles richtig gemacht haben, denen wird diese Ehre wohl nie zuteil. Es bedarf schon etwas ganz Besonderem, um sich aus der Masse der Ordnung und Richtigkeit herauszuheben. Wie in diesem Fall, ein Fehler.

Somit ist ein für alle Mal geklärt, dass Fehler einen weiter bringen, als das unbedingte Bestreben, alles richtig zu machen. Denn aus Fehlern lernt man bekanntlich am meisten.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Clear instructions

Klare Ansagen. Kurz. Deutlich. Unmissverständlich. Und vergewissern, dass die Botschaft, so klar wie Kloßbrühe, angekommen ist.

Über die Jahre habe ich mir das angewöhnt. Kein drum herum reden. Kein Vanilleeis bestellen, aber in Wirklichkeit Schokoladeneis wollen. Es ist nicht höflich, wenn man eine Botschaft verpackt. Sondern wenn man ihren Inhalt eben

nicht verhüllt. Die meisten Ansagen sind eigentlich völlig unverständlich. Somit muss man im Labyrinth der möglichen Interpretationen den richtigen Ausgang finden. Was meist misslingt. Wir denken und bewerten zu viel. Und wir interpretieren alles aus unserem Blickwinkel. Das ist brutal störend und behindernd für Klarheit.

Wenn eine Frau auf dem Sofa liegt und sagt: "Mir ist warm", dann bedeutet das: "Ich zieh gleich meinen Pulover aus." Oder: "Dreh doch bitte die Heizung runter." Oder: "Mach doch bitte das Fenster auf." Oder: "Ich würde jetzt mit die gerne..." Aber alles das bedeutet das in der Regel eben nicht. Sondern: "Ich habe Durst, hole mir mal was zu trinken."

Der Mensch neigt dazu, zu verklausulieren. Er verpackt Botschaften. Somit schauen wir alle verblüfft und ahnungslos auf die schöne Verpackung, haben aber keinen blassen Schimmer, wie die Botschaft dahinter zu entschlüsseln ist.

Im Business ist das eines der zentralen Probleme. Ständig werfen sich Menschen schlechte Kommunikation vor. Und versichern sich, in Zukunft besser miteinander zu kommunizieren. Das gelingt nicht. Weil der Mensch dazu neigt, sich nicht klarer auszudrücken, sondern nur die Verpackung zu ändern.

Aus: "Es ist warm hier" wird dann: "Das ist aber eine stickige Luft".

Problem erkannt, Gefahr gebannt, geht also nicht so leicht von den Lippen, wie man glaubt. Was meinen Berufsstand ein wenig adelt und wertvoller macht. Denn wir sind die Profis in Sachen - ganz klar. Na? Na! Natürlich nicht, wir sind ebenso mit diesem arglistigen Problem behaftet.

Deshalb mein Tipp: Anfangen klar zu denken. Und klar zu sagen, was Ambach ist. Und dann checken, ob das so angekommen ist und dann kontrollieren, ob die Botschaft auch so verarbeitet wird, wie sie soll. Dasselbe immer und immer wieder machen. Und bloß aufhören mit diesen Vorwürfen, wer wen nicht versteht. Selber klar werden, selber klar machen ist der bessere Weg zum eigentlichen Ziel.

"Schatz, ich habe Durst, würdest du mir bitte ein alkoholfreies Kaltgetränk aus dem Kühlschrank holen?" "Welches?" "Ist noch (Achtung Schleichwerbung- Piiiiip) da?" "Ja, mein Schatz, (Piiiiiip) ist noch da." "Ja, dann hätte ich das gerne." "Okay, Schatz, kommt sofort. Aus dem Glas oder aus der Flasche?" "Aus dem Glas bitte." "Verstanden. Kommt."

Oder wie früher:

"Schatz, mir ist warm." "Dann mach doch das Fenster auf." "Nee, dann kommt es so kalt rein." "Aber dir ist doch warm. Dann zieh doch deinen Pulover aus." "Nein, so warm auch nun wieder nicht." "Ja, was ist denn - ist dir nun warm oder nicht?" "Ja schon, aber...Schatz?! "Du willst doch nicht etwa...(Zensur - Piiiip)?" Nein, dann wäre ich ja heiß und mir wäre nicht nur warm." "Soll ich dir was zu trinken bringen." "Ja, das ist eine tolle Idee." "Ein Bier?" "Nee." "Ein Glas Wein?" "Nee." "Ja, was denn dann?" "Was erfrischendes." "Eine Limo?" "Ja, das wäre schön." "Okay, hier." "Wie? Nicht aus der Flasche." "Hol dir dein Glas doch selber." "Du bist gemein, das könntest du wirklich mal für mich...."

Alles klar! Meine ich doch!

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Samstag, 21. Oktober 2006

Kulinarischer Hochgenuss - Restaurant Fischer in Stegen am Ammersee

Eine absolute Bereicherung für alle die gutes Essen (Internationale-Küche), in ebenso gutem Umfeld lieben. Tolle Küche. Sehr aufmerksame Bedienung. Gute Weinkarte. Für alle, die mal raus wollen, es aber stylisch und wirklich lecker lieben. Direkt am Ammersee. Schöne Terrasse. Coole Einrichtung. Atemberaubende Sonnenuntergänge. Kann man auch mit Kindern problemlos hin.

Ich erwähne das nicht ganz uneigennützig. Denn ich befürchte, wenn sich das nicht schneller herumspricht, wie gut es dort ist, dann können die diese Qualität unmöglich sehr lange aufrecht erhalten. Also, macht euch einen schönen Abend und wenn es euch so gut gefällt wie mir, dann empfehlt es weiter. Danke.

Es wäre sehr traurig wenn

Geschrieben von Christof Hintze in München um 16:02

Freitag, 20. Oktober 2006

(Erinnerung) Chiemgau II

Draußen wechseln sich Regen und Sonne ab. Manchmal passiert auch beides zugleich. Die Sonne scheint auf unseren Tisch, verschwindet wieder. Licht an, Licht aus. Leute kommen herein; fragen, ob man im Garten oder auf der Seeterrasse Kaffee trinken kann. Wir trinken kühlen Sekt. Wir lesen in unseren Büchern, schauen bunte Magazine an. Die Stunden plätscherten dahin. Seit Tagen versuche ich zu schreiben, heute ist endlich wieder so ein Tag. Nach dem Frühstück lassen wir den Ausflug nach Prien ins Wasser fallen. Stattdessen setzen wir uns in die Klosterstube; lassen in Seeon die Zeit vergehen. Ich lese, dass Mozart auch ein häufiger Gast im Kloster gewesen sein soll. In der Klosterkirche von Seeon, lese ich weiter, erklangen erstmals am 21. März 1767 zum Feste des Ordenspatrons St. Benedictus und dann am 24. Juni 1771 zum Feste St. Johanis des Täufers seine Offertorien Scande coeli limina und Internatos mulierum. Draußen geht mal wieder ein Schauer nieder. Vielleicht wird auch ein Gewitter draus.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:22

Die Ladylike-Version ist da!

Gefunden hier – wo sonst. Danke Heiko. I love it.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 11:22

Herr Bernstein - Sie fehlen mir

Obwohl mir bewußt ist, dass der Friedhof voller Menschen ist die unersetzlich sind. Einige fehlen mir dann doch sehr. Er zum Beispiel. Leonard Bernstein. Von ihm ging diese tiefgreifende, positive Aura aus. Die ich in der Form nur bei ganz wenigen Menschen empfunden habe. Allein sein Antlitz zu sehen, vermittelt mir das Gefühl "Du schaffst das!" Warum weiß ich auch nicht. Es ist einfach so.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:54

Hello Mister Brown – The Mystery Blogger

Immer wieder würden uns zugewandte Gleichgesinnte gerne mitbloggen. Einige haben aber keinen blassen Schimmer, wie das geht. Oder andere wollen aus verständlichen Gründen nur unter einem Pseudonym ihre Beiträge veröffentlichen. Alles in allem ist das eine sehr gute Möglichkeit, sich mit Tippelschritten (unter Anleitung) davon zu überzeugen, ob das Bloggen für denjenigen was ist oder auch nicht. Deshalb haben wir Mr. Brown, den Mystery Blogger, ins Leben gerufen. Unter seinem Pseudonym kann im Prinzip jeder veröffentlichen, was er will und was uns gut gefällt.

Somit könntest der nächste Mr. Brown auch du sein. Und wenn es die positiven, sehr erfreulichen Umstände wünschen, dann würden wir auch sofort einer Mrs. Green einen Platz in unserem Blog einräumen. Das wäre auch sehr schön.

Also, blog doch mal. Wirst schon sehen, was du davon hast.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:32

Schlange stehen für ein Stück Plastik für 89 DM

Alles kommt, alles geht. Sometimes you´re up und shot down in may. Im Laufe der Zeit habe ich viele Höhen und Tiefen miterleben dürfen. Stars. Moden. Designs. Famous for 15 Minutes. Gekommen ist viel. Ganz oben war einiges. Geblieben ist fast nichts. Wie oft dachte man: Das ist es! Und einige Zeit später nahm niemand mehr Notiz davon.

Eine Gesellschaft der "One-Hit-Wonder". Das ewig sich Erneuernde musste her. Langfristig ist langweilig. Diese Einstellung zieht sich durch alle gesellschaftlichen Bereiche. Der Wechsel als Chance zur Erneuerung. Obwohl das selten wirklich passiert. Aber "neu" steht für "besser". Deshalb muss heute alles immer schneller neu sein. Der Inhalt ist dabei zweitrangig. Neu war und ist wichtig.

Die Swatch verköpert(e) wie kein anderes Konsumgut diese Einstellung. Ständig neu. Sich ständig selbst erneuernd. "Ist das die Neue?" war die zentrale Frage einer Zeit. An dessen Beantwortung wir noch einige Zeit zu knabbern haben.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:31
```

4. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Profit

Was man nicht sät, kann man nicht ernten.

Alles Düngen, alles Controlling hilft nicht, wenn man nicht genug dafür gesorgt hat, dass Profit überhaupt entstehen kann. Der Gedanke, mit möglichst wenig Saat viel Profit machen zu können, ist abwegig. Wer an der Saat spart, verliert an Profit. Wer an Kosten spart, die nicht die Saat beeinflussen, der kann seinen Profit noch erhöhen. Darum killen Betriebskosten und Personalkosten häufig den möglichen Profit.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:30
```

Donnerstag, 19. Oktober 2006

Geduld

Lieber Gott, bitte gib mir Geduld - aber sofort!

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 18:44

Ein Wort zu Power-Yoga

Das ist ja ein Widerspruch, der seinesgleichen sucht. Das kling so unsinnig wie fettarme Blutwurst oder alkohofreier Barolo. Auf der Suche nach der inneren Ruhe. Nach dem Gleichgewicht. Wie kann man das in Verbindung mit dem Aspekt "Power" bringen?

Natürlich gibt es jetzt eine Menge Schlauberger, die mir das sicher erklären wollen. Aber das will ich nicht. Sondern ich besteh darauf, das man Power und Yoga einfach nicht in einem Atemzug nennt.

Das wäre ja noch schöner. Dann gibt es bald sicher auch Blassbräunen, oder Fettnissstudios oder ...

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 18:26

Attacke aus dem Webspace

Von wegen lautlos im Webspace. Offensichtlich sind wir auffällig geworden. Denn die Trackback-Spamattacken haben begonnen. Heftigst. Sie ballern ihren Linkmüll aus allen Onlinerohren. Vor lauter Dreck-weg-Löschen kommt man zu fast nichts mehr. Dieser Parasitenbefall ist wirklich hässlich und ärgerlich.

Ich freue mich schon auf Web 3.0. Wenn es heißt: "Wer anderen webweit auf den Wecker geht, der wird aus dem selbigen gefegt."

Was sind das für Unternehmen und Typen, die sich wie eine Krankheit verbreiten wollen und müssen? Was haben die für einen Businesscase? Warum kann man die nicht abschütteln, los werden, zur Rechenschaft ziehen. Wir sind ganz am Anfang, merkt man dann. Die Entwicklung des Internets hat eben gerade erst begonnen.

Aber ich bzw. wir halten das aus und durch.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 14:01

Größe ist relativ, Leidenschaft – wie man sieht – nicht

Das wussten wir ja eigentlich alle schon. Dass Größe eigentlich eher hinderlich für Qualität ist. Was soll aus einer Kantine für 30.000 Mitarbeiter schon raus kommen? Was anderes als aus einer Küche für 50 Gäste? Sicher! Umso größer Dinge werden, umso schwerer ist Qualität zu verwirklichen.

Wie soll das auch gehen? Aber diese Art von Größe hat andere Qualitäten. Die liegen jedoch nicht in den Bereichen von Qualität, die mich interessieren. Deshalb ist mir diese Reihe von Plakaten aufgefallen. Es geht um Rugby in Frankreich. Genauer in Südfrankreich. Noch genauer im Baskenland. Ganz genau in Biaritz.

Da gibt es ein Derby, das vielen von uns verborgen bliebe, wenn es dieses Blog nicht gäbe. Was Düsseldorf-gegen-Köln im deutschen Eishockey ist, ist dieses Derby im französischen Rugby. Es gehen Biaritz und Bayonne aufeinander los. Und das Sensationelle an diesen Begegnungen aus meiner Sicht sind die Plakate. Konstant. Konsequent. Und kreativ. Vorbildlich. Kann man nur hoffen, dass die Derbys auf dem selben Niveau die Zuschauer in ihren Bann gezogen haben, wie mich die Plakate. Ob da eine der Top-10-Agenturen der Welt ihre Finger im Spiel hatte? Wohl kaum.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:03

Schwätzen funktioniert. Bis zu einem bestimmten Grad. Leider und zum Glück.

Im Abitur. Lang ist es her. Wir schreiben das Jahr 1985. Und der letzte Logbucheintrag lautet: Deutsch mündlich gut davon gekommen. Aber meine Erinnerung reißt mich immer noch mindestens einmal im Jahr aus einem Albtraum. Der immer gleich verläuft. Aus unerfindlichen Gründen habe ich das Abitur doch nicht und muss es wiederholen. Wahnsinn. Es ist ein Albtraum, der mich seit über 20 Jahren einmal im Jahr besucht. Grausam. Denn ich wache und wache einfach nicht auf. Und sitze als Anfang-40er wieder in der Schule. Und das Schlimmste: ich schaffe es nicht. Und im Traum vergehen Jahre. In denen ich mich in einer Abiturprüfung nach der anderen blamiere. Dabei gibt es nichts, wofür ich mein verdammtes Abitur heute noch gebrauchen könnte. Aber typisch deutsch, in meinem Traum muss alles seine Ordnung haben. Brutal. Furchtbar.

Der Grund. Der Grund dafür ist einfach erzählt. Ich bin in meine mündliche Deutschprüfung gegangen, ohne das Buch gelesen zu haben, um das es ging. Ich habe mir einen Abend zuvor die Zusammenfassung aus dem Schindler-Literatur-Lexikon durchgelesen. Und die gesamte Prüfung was von der Ring-Parabel gelabert. Dann haben die mich noch in die Expressionistischen Gedichte von Gottfried Benn geschickt. Ich habe eine unglaubliche Brücke geschlagen von "Nathan der Weise" zu Bananen, die in der Ecke kauern, dass den Prüfern für den Rest des Tages der Mund offen stand. Ergebnis: 2+. Abi im Sack.

Aber die grobe Fahrlässigkeit, mit der ich an das Unternehmen Abitur gegangen bin, lässt mich bis heute nicht los. Und hat mich bis heute gelehrt, Fahrlässigkeit mal besser immer außen vor zu lassen. Deshalb schlafe ich von 365 Nächten bis auf diese eine auch sehr gut.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:01

Wertvoll 1: Die Ga-Ga-Ga-lieer

Wirklich wertvoll wird nur das, was ein bestimmtes Niveau an Qualität überschreitet. Dann sind nach oben keine Grenzen gesetzt. Was dieser erstrebenswerten Entwicklung auch sehr dienlich ist, ist, dass es selten ist. Nichts steigert den Wert einer Sache mehr als die Begehrlichkeit.

In den meisten Fällen, in denen das geschieht, hat diese Entwicklung keiner geplant. Somit ist alles Unerschwingliche eigentlich aus Zufall entstanden. Auch die Macher von Asterix und Obelix hatten keinen blassen Schimmer davon, was viele Jahre später jemand bereit ist, für die Erstausgabe hinzublättern.

Ich hatte dieses Heft. Es lungerte Jahre auf der Kindertoilette in Stierstadt bei Oberursel bei Bad Homburg bei Frankfurt

herum. Bis es zu zerblättert war. Bis es meine Mutter entsorgt hat. Bemerkt hat das damals niemand. Somit hatte ich mal einen Schatz. Und konnte es nicht wissen.

So ist das mit Dingen, die man zu Lebzeiten unterschätzt. Alles kann unermesslich wertvoll werden. Schon verrückt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Mittwoch, 18. Oktober 2006

(Erinnerung) Chiemgau I

Ein kleiner runder Tisch. Sieben Stühle drumherum. Ein Apfelbaum, der seine Äste weit ausladend über jeden hält, der sich zu ihm setzt. Wind kommt auf. In der Ferne, über dem See, beginnt es zu donnern. Die Berge verschwinden im Grau, werden eins mit dem Himmel. Wespen schwirren um unser Bier. Die Sturmwarnlampen am Ufer des Sees blinken schneller. Ein letztes Segelboot hat es eilig, den Hafen zu erreichen. Die Luft wird kühler. Autos, die über die Seeuferstraße kommen, fahren mit Licht. Noch kein Regen. Stare haben sich in einen benachbarten Birnbaum niedergelassen. Aus dem Stall hört man die Kühe nervös mit den Ketten rasseln. Ein Surfer hat sich noch mal auf den See getraut. Wahrscheinlich ein Einheimischer oder ein Verrückter. Vom Chiemsee weiß man, daß er bei Sturm zu fürchten ist. Die ersten Tropfen fallen. Noch schützt das Blätterdach des Apfelbaums. Eine schwarze Katze schleicht durch die Wiese. Ein Kahn mit einem Menschen drauf ist auf dem See zu sehen. Vielleicht ein Fischer. Es gibt viele Fischer am See. Sie heißen Lex oder Wörndl oder Moser und beliefern die Gasthöfe und Wirtschaften der Umgebung. Mücken tanzen vor unseren Augen. Dahinter ist ganz allmälig wieder die Bergkette der Chiemgauer Alpen zu erkennen. Der Himmel zeigt fleckenweise Blau. Wir haben unseren Platz unter dem Apfelbaum nicht verlassen müssen. Die Kinder kommen wieder heraus zum Spielen. Die Katze kommt zurück von ihrem Jagdausflug.

Geschrieben von in Weite Welt um 20:39

Mo better blues

Einer meiner Lieblingsfilme. Spike Lee. Musik von

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 14:13

Es geht wieder los

Heute um 08.30 Uhr am Wörthsee. 6 Grad, Nebel und leichter Regen.

Ich hatte es fast vergessen. Die WM, der Sommer hat mir mal wieder völlig meine Erinnerung geraubt. Aber heute morgen ist es mir dann wieder eingefallen. Es war arschkalt in der Wohnung. Trotzdem die Heizung schon lief. Und es war noch stockdunkel draußen. Ein leichter Schnupfen hat mich wieder. Und draußen waren es erbarmunglose 5 Grad. Mein Auto war beschlagen und leichter Nieselregen ging auf mich nieder. Der Nebel hing dick über dieser Szene und es war grau und kalt. Grau und kalt. Genau, das blüht uns jetzt, wenn es gut läuft, nur 4 Monate hintereinander und, wenn es nicht so gut läuft, 5 Monate.

Warum? Warum leben wir in einer Region, die so ein bescheidenes Wetter hat? In München überrascht uns wenigstens ja mal der Föhn. Und wenn es schneit, dann wenigstens richtig. Aber Düsseldorf und Köln. Hannover und Bielefeld. Mannheim und Kaiserslautern. Graue, kalte Mäuse wohin mal sieht, 5 - 6 Monate lang. Das ist der Wahnsinn und zugleich die logische Erlärung, warum es Deutschland wirtschaftlich dann doch immer wieder schafft, den Anschluss zu finden oder alle abzuhängen.

Bei dem Wetter, mal ehrlich. Da kann man nur arbeiten. Alles andere würde einen ja noch tiefer runter ziehen.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 11:53

L.O.V.E.

Mustang Sally.

Ich gebe ja gerne zu, dass meine Art, bestimmte Dinge zu lieben, offensichtlich nicht mehr zeitgemäß ist. Die OPEC schickt mir eine SMS, wenn ich den Motor anlasse. Welcher Irre träumt heute noch von V8-Motoren? Mit über 400 PS? Die mehr als 20 Liter Super Bleifrei schlucken? Ich! Welcher völlig Bescheuerte nimmt in Kauf, jeden Morgen erst die Jungs von Greenpeace, die sich ans Auto gekettet haben, abzuschütteln? Ich! Alle halten dich für total bescheuert, wenn du so ein Auto fährst. Was in meinem Fall keinen Unterschied zu vorher macht. Das denken die meisten ohnehin. Wer wird noch so beknackt sein, in Zeiten wie diesen eine solche Verschwendung von fossilen Brennstoffen zu akzeptieren? Ich! Wie erkläre ich das meinem Bewusstsein? Meiner Frau? Meinen Kindern? Meiner Umwelt? Gar nicht! Ich berufe mich darauf, einfach einen brutalen Minderwertigkeitskomplex zu haben, den ich dadurch ganz gut in den Griff bekomme. Kompensation ist dann mein Stichwort. Das klingt so, als ob ich auf Krankenschein ein solches Gerät einfach fahren muss.

Hat jemand von euch bei einem solchen Auto schon bei einer Ampel, die auf Grün springt, das rechte Bein so durchgestreckt, wie es eigentlich nur mein Beim .... macht? Nein! Ihr könnt, dürft und solltet nicht mitreden, wenn andere euch in ihren Träumen spazieren gehen lassen. Sondern einfach nur den Kopf schütteln. Das reicht. Kennt ihr Menschen, die, wenn sie in einen Tunnel fahren, das Fenster runterkurbeln? Die Musik leise machen? Und Beifahrer bitten, die Klappe zu halten? Damit sie den Motor besser röhren hören können? Hoffentlich kennt ihr solche Menschen nicht. Eventuell sollte man allen Männern mit einem ausgeprägten Minderwertigkeitskomplex ein solches Auto geben. Das ist allemal besser, bevor sie größeren Schaden anrichten.

Kennt ihr den Geruch von dem Leder? Das Gefühl, wenn man den Rückwärtsgang einlegt? Das Geräusch, wenn die Tür ins Schloss fällt. Am schönsten ist das Gefühl in Parkhäusern, wenn man sich auf diesem glatten Beton die Stockwerke hochschraubt. In diesem Moment ist man mit Steve MacQueen eins. Dann versteht man seine eigene Welt.

"Birth of the cool" von Miles Davis spielt über dieser Szene. Gibt es etwas Schöneres als unvernüftig zu sein?

```
Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:05
```

Eine Unart

Wenn man in Deutschland an Flughäfen ankommt, braucht man 1 EURO, um an so einen Gepäckwagen zu kommen, den man nur sehr schwer wieder los wird. Für Ausländer, die ohne Euros ankommen und beim Wechseln auch nur eine Hand voll Scheine bekommen, muss das ein Alptraum sein. Die müssen wohl oder übel schleppen.

Im Supermarkt dasselbe Bild. Wehe, du hast keinen 1 EURO dabei. Und musst wechseln. Da gibt es diese Klugscheißer, die an ihrem Schlüsselbund so einen Plastikchip haben, welcher den EURO ersetzt.

Dasselbe Bild in Biergärten. Da hängen diese Kaugummi- und Nögips-Automaten. So dass deine Kinder ständig 10 Cent, 20 Cent bis zu 1 EURO haben wollen, um ungesunden Blödsinn ihr Eigen nennen zu dürfen.

Oben auf der Zugspitze will man seinen Blick per Fernglas übers Panorama schweifen lassen. Ohne 1 EUR0 sieht man nur ein schwarzes Loch. Obwohl die Auffahrt pro Person mit 42 EURO nicht knapp bemessen scheint.

An Tankstellen dasselbe Bild. Man muss mal, aber ohne 50 Cent darf man sich nicht ins Porzellan entledigen.

Da war es fast erschreckend wohltuend, dass auf einem Ausflugdampfer ein Fernglas thronte, das ohne 1 EURO sogar funktionierte. Was man von den Massen an 1 EURO-Gerätschaften mit Verlaub nicht immer behaupten kann.

Ich finde, die Konsumentenzitrone ist genug ausgepresst, es stünde vielen sehr gut zu Gesicht, auf alle 1 EURO-Abzockekonzepte gänzlich zu verzichten. Irgendwann muss doch mal Schluss sein.

Obwohl, Einzelblatt-Ausgabe bei Toiletten wäre auch noch so eine Idee. Rolltreppengeld. Und Fahrstuhlgeld. 5 Etagen für 50 Cent. Mir würde da noch viel Unsinn einfallen, den andere sicher sofort in die Tat umsetzen würden.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:03

3. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Klarheit

Durch die Zahlen eines Unternehmens muss man schauen können wie auf den Grund eines Gebirgsbaches.

Niemals anfangen, Zahlen zu interpretieren und zu erklären. Sondern Zahlen immer so aufbereiten und darstellen, dass diese einen bestmöglichen und zeitnahen, objektiven, verständlichen und nachvollziehbaren Überblick über alle geschäftlichen Tätigkeiten aufzeigen. Zahlen lügen nicht. Es ist der falsche Umgang mit Zahlen, der alles immer anders darstellt, als man es selbst oft gemeint hat.

Klingt einfach. Ist es auch. Machen aber nur wenige.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:02

Dienstag, 17. Oktober 2006

zeichen 24

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 07:05

Einführung in die Welt der Statussymbole: Die Doppelgarage

Wer was auf sich hält, der hat natürlich mindestens eine Doppelgarage. Darunter geht es nun gar nicht. Die gibt es natürlich bis zum XXL-Format. Der Überflieger besitzt gegenüberliegende Doppel-Doppel-Garagen. Die sich automatisch öffnen und schließen lassen. Ganz geil ist ein Sender mit einer Reichweite von 300 Metern. Das bedeutet, wenn man in die Straße einbiegt, öffnet sich am Ende schon das Tor, ohne dass man selbst bemerkt wurde. Wer so was sein eigen nennt, der ist in Sachen Statussymbole sehr weit vorne. Wer noch immer nur eine Garage hat und nicht mal sein Auto da rein bekommt, weil diese völlig zugestellt ist, der hat in der Welt der Statussymbole nichts verloren. Und zugleich völlig verloren. Denn der Profi unter den Statussymbolen hat natürlich auf der Rückseite seinen geräumigen Fahrradraum.

Der eine hat's, der andere nicht. Vor allem nicht alle an der Waffel.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Das Rauschen am Maisfeld

Wenn der Wind geht, das Wetter mitspielt und man an einem reifen Maisfeld vorbei kommt, dann kann man ein seltenes Konzert vernehmen. Das es so nur einmal gibt. Denn der Mais mit seinen Blättern und so eng beieinander stehend gibt dem aufmerksamen Zuhörer ein Gratiskonzert. The Concert in the Mais. Tribute to the Cornflakes. Man muss nur innehalten können. Und mal nicht gleich wo ankommen müssen. Sehr schön. Auch ganz ohne Noten. Ohne Anzug tragen. Ohne 2. Parkett, 1. Reihe, Sitz 23. Auch sehr angenehm, man kann mitten im Konzert einfach weiter seines Weges schreiten.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

Kleine Idee für die Gemeinsamkeit

Im Zuge eines Agenturfestes vor einigen Jahren kam ich auf die Idee, in unseren Markenfarben der note, dunkel- und hellblau, dieses Bild durch alle Mitarbeiter/- innen entstehen zu lassen. Die Herrn-Mitarbeiter hinterließen dunkelblaue Hände und die Frauen-Mitarbeiter hellblaue. Dieses Bild ist nun, wie schon erwähnt, einige Jahre alt. Aber es hat bis heute seine Wirkung noch nicht verfehlt. Noch immer schauen alle gerne darauf, die verewigt sind. Und die anderen neidisch, weil sie damals noch nicht dabei waren. Deshalb dachte ich mir, dass die Idee da draußen dem einen oder anderen gefallen könnte. Denn sie ist schon mal gemacht und hat funktioniert. Das kann man von vielen anderen, vor allem neuen Ideen nicht behaupten. Und da erfinden bekanntlich Silber in der Werbung ist und kupfern Gold, habe ich damit kein Problem, wenn es seine Nachahmung findet. Denn zum Glück wird ja nur Gutes kopiert.

Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 07:00

Montag, 16. Oktober 2006

In eigener Sache

Sich über Wichtiges oder Unwichtiges aufzuregen ist grundsätzlich der falsche Weg. Die Aufregung vernebelt die Sinne, das Denken und auch das Handeln. Ohne den zu hohen Aufregungsspiegel würde man viele vermeintliche Fehler nicht machen. Zum Beispiel das Hochwiegeln. Der Berufsstand der Anwälte lebt davon, dass Menschen sich gegenseitig hochwiegeln. Hätte man sich an genau der Stelle gut im Griff, hätten wir 300.000 arbeitslose Anwälte mehr. Aber auch in allen anderen Bereichen ist die Aufregung unangebracht und führt zu komplett falschen Zielen. Zu denen man selbst nicht wollte, aber auf die man wie auf Eisenbahnschienen selbst gebracht wird.

Bei der Bundeswehr darf man am Tag eines Verstoßes keine Beschwerde einreichen. Erst einen Tag später. Egal, wie groß oder wie klein. Man muss eine Nacht darüber schlafen. Und erst dann ist eine Beschwerde eine ordnungsgemäße Beschwerde. Die in schriftlicher Form einzugehen hat. Ich selbst habe nicht dienen dürfen - T5. Das heißt untauglich und ausgemustert. Ich war aber zur Entschädigung dafür 1 1/2 Jahre Surflehrer in Südfrankreich. Lang ist es her. Aber alle meine freundschaftlichen Kameraden haben gedient. Daher weiß ich das.

Eigentlich schlau. Sehr schlau. Denn 99% aller Aufreger legen sich innerhalb von 12 Stunden so fundamental, dass man oft darüber hinweg sieht. Sich die Hand reicht. Oder es nicht mehr als wesentlich empfindet.

In unserem Leben ist der Hörer zu schnell zur Hand. Die Mail zu schnell raus. Somit schaffen wir ständig Nebenschauplätze, die wirklich keiner braucht. Aber da wir meist beratungsresistent sind, kommen wir genau an dieser Stelle nicht weiter. Freundschaften, Ehen, Bekanntschaften, Kundenbeziehungen und Lieferantenbeziehungen, Arbeitsverhältnisse und alle anderen Arten von Verhältnissen und Beziehungen scheitern, weil ein Wort das andere ergeben hat. Und man sich von dem Pfad des Aufregens in ungeahnte dumme Höhen aufschwingt. Von denen es dann an einem Punkt kein Zurück mehr zu geben scheint.

Schluss. Aus. Das war´s. Um nur ein paar Tage später auf die Frage "Was ist denn passiert?" festzustellen: "Ach, so schlimm war es eigentlich nicht." Aus, vorbei. Warum? Weil der Respekt so arg verletzt wurde, dass eine Heilung erst einmal nicht in Sicht scheint. Obwohl man Respekt ebenso zurückgewinnen kann, wie alles andere. Wir Deutschen wissen das sehr genau. Es ist nie vorbei, bis es vorbei ist.

Man bemüht sich nur nicht darum. Und schon wieder beginnt man an einer ganz bestimmten Stelle ganz von vorne. Wie beim Mensch-ärgere-Dich-nicht-Spielen. Man wird rausgeworfen und muss nun wieder von vorne anfangen. Aber so einfach ist das nicht. Bis man nämlich wieder im Spiel ist, bedarf es der geeigneten Augenzahl. Oder im wirklichen Leben eines geeigneten Partners.

Gott, sind wir blöd. Kann die Gen-Forschung da nichts machen? Einfach das Aufregen mal auf ein angenehmes Maß zurück fahren. So dass wir über alles Unwichtige locker hinweg sehen. Und beim Wichtigen mit der angemessenen Erregung an die Lösung gehen.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:03

In der Erinnerung

In der Erinnerung stellen sich Dinge gänzlich anders dar, als sie in Wirklichkeit der Fall waren. Es ist mir aufgefallen, dass ich im Radio ein Lied höre und dieses mir spontan sehr gefällt. Nach dem der Ansager den Künstler entsprechend präsentiert hat, muss ich mir sofort den Namen merken. Kaum bin ich zu Hause angekommen, besorge ich mir auf so gut wie legalem Weg den Song. Aber irgenwie ist er anders. Klingt er anders. Das gute Gefühl von der Autofahrt stellt sich nicht gleichermaßen ein. Mit Wein aus dem Urlaub ist es auch so. Da trinkt man einen tollen Wein in Italien, was einen dazu verleitet, gleich drei Kisten davon mitzunehmen. Kaum zu Hause gelandet, wird in freudiger Erwartung der Wein verkostet. Und siehe da, er schmeckt anders. Als ob es ein anderer Wein wäre. Und so geht es weiter. Empfindungen jeglicher Art sind umhüllt von der Umwelt, in der man diese wahrgenommen hat. Verändert man den

Standort, also die Umwelt, ist die Empfindung eine völlig andere.

Wie kann das sein? Wenn wir doch immer so bemüht sind, objektiv zu sein. Wie kann unsere Empfindung uns so täuschen? Und was bedeutet das für unser Leben und Arbeiten? Für die Welt der Kommunikation habe ich daraus abgeleitet, dass die Umwelt, in der eine Botschaft wahrgenommen wird, fast noch wichtiger ist, als die Botschaft und der Nutzen selbst. Wir interpretieren positive Aspekte in einem wohlgesonnen, positiven Umfeld den eigentlichen Produkteigenschaften hinzu. Wir verbessern die Realität durch die vielen positiven Einflüsse, die mit der eigentlichen Botschaft nicht zu tun haben.

Das gleiche geht auch anders herum. In einem negativen Umfeld werden die Empfindungen in den Keller gezogen. Sogar eine absolut positive Eigenschaft kommt schlecht dabei weg. Obwohl diese objektiv gesehen sehr positiv war. Ein verregneter Sommer bleibt negativ in Erinnerung, obwohl man darin viel Spaß gehabt haben kann.

Ein Restaurantbesuch vom Feinsten wird dadurch in Mitleidenschaft gezogen, dass man ungünstig saß und die ganze Zeit Zug abbekommen hat.

Somit verstärken wir die Realität in zwei Richtungen und das Produkt, die Dienstleistung, kann sich dem nicht entziehen. Das gilt es beim Erstellen von Kommunikationsstrategien zu berücksichtigen. Sonst war die ganze Mühe umsonst. Und eine gute Konzeption schneidet schlecht ab, nur weil das Umfeld nicht mitgespielt hat.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Heimlich gebloggt

Meine Eltern haben heimlich Negermusik gehört. Heute ist das hoffähig und nennt sich Jazz. Es ist sogar zum Teil zu einer elitären Hochkultur aufgestiegen. Wenn man in größerer Runde bemerkt, dass man ausschließlich Jazz hört, dann ist einem die Aufmerksamkeit gewiss. Wer hätte je gedacht, dass die Negermusik es so weit bringen würde.

Meine Brüder haben diese viel zu laute Musik gehört. Rock. Meine Eltern fanden das furchtbar. Diesem Lärm den Anspruch der Musik zu entlocken, haben sie bis heute nicht hinbekommen. Sie hörten ja Jazz. Somit mussten meine Brüder heimlich Rock hören.

Jede Entwicklung beginnt mit heimlich Tun. Scheint mir. Und wenn ich sehe, wie oft ich heimlich blogge. Dann bin ich mal gespannt oder erwartungsfroh, dass in einigen Jahren es mein Bloggen zu dem geschafft hat, was der Jazz und die Rockmusik zur kulturellen Entwicklung beigetragen haben.

Auch den Taschenrechner habe ich am Anfang noch heimlich benutzt. Viele Filme, über die wir uns heute tot lachen, mussten wir heimlich sehen und auch im Gebiet unserer sexuellen Entwicklung muss ich eingestehen, dass Heimlichtuerei mich lange begleitet hat.

Deshalb, wenn Sie sich fragen: "Wie bloggt der?", dann muss ich antworten: Meistens heimlich! Denn die Zeit muss ich mir stehlen. Aber das wird schon bald anders sein.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:00

zeichen 23

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 00:09

zeichen 22

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 00:06

zeichen 21

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 00:04

zeichen 20

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 00:02

Sonntag, 15. Oktober 2006

zeichen 19

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:59

zeichen 18

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:56

zeichen 17

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:52

zeichen 16

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:49

zeichen 15

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:45

zeichen 14

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:43

zeichen 13

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 16:02

zeichen 12

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 15:59

Samstag, 14. Oktober 2006

Spielzeug

Gibt es ein erhabeneres Spielzeug in Männerhänden als eine Motorsäge? Wohl kaum. Das durfte ich heute mal wieder am eigenen Leib erleben. Für dieses intensive Gefühl gibt es zu wenige Bäume in unserer Welt. Glaubt mir. Fast nichts ist mächtiger, als das zerlegen von Bäumen und Hölzern mit einer Motorsäge.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 22:09

bitte_nicht_antworten@euro.apple.com

Meine absolute Lieblingsmail. Die halten einen ständig auf dem laufenden, was Sache mit der Bestellung ist. Und man muss nichts tun. Nichts. Und die Vorfreude steigert sich ins unermeßliche.

Die tun mir nur leid, bei den ganzen automatischen Mail-Antworten "Bin nicht im Office..." Aber trotzdem, dass tut meiner Vorfreude, auf das was da kommt, keinen abbruch. Keinen.

Okay, okay für Timo und alle Anderen ein kleiner Hinweis: 23

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 21:14

deutschland. ein sommermaerchen 82: jans zimmer, leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 12:03

deutschland. ein sommermaerchen 82: globus, leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:59

deutschland. ein sommermaerchen 80: lampe, leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:54

deutschland. ein sommermaerchen 80: jans kueche, leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:44

deutschland. ein sommermaerchen 79: leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:41

deutschland. ein sommermaerchen 78: leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:35

Freitag, 13. Oktober 2006

Das Spiel. La partie. Der Prolog.

Prolog:

Das Gleiche ist nicht Dasselbe. Das ist man sicher. Eine deutsche Biographie über die Kollektivschuld? Nein! Eher über die kollektive Unschuld? Das muss jeder selbst entscheiden. Man wird sehen. Eine Erzählung, die nicht bedrückend und anklagend sein will, sondern erfreulich offen, erfrischend und unterhaltsam sein möchte. Die aus dem Inneren erzählt, was draussen vor sich geht. Die den langsamen Weg der schüchternen Annäherung erzählen möchte. Die seltsame Auseinandersetzung mit der Schuld die zugleich auch eine Unschuld ist. Und welche Blüten diese so treibt. Die Schuld und/oder Unschuld. Die Unwissenheit über die Schuldfragen. Die Naivität im Umgang mit der Unschuld. So eine Art Romeo und Julia auf Länderebene. Eine francophile Familie in Deutschland. Eine francophile Familie in Frankreich. Der Ernst des Lebens, die beiden Seiten, sehr einseitig betrachtet. Ein Rückblick in die Begegnung zweier Kulturen, zweier Nachbarn, zweier Erzfeinde, zweier Geschichten die nicht enden wollen und immer weiter fortgeschrieben werden. Ein Rückblick, der zugleich einen Einblick über den Status gewährt und einen Ausblick zulässt. Zwei die sich am Ende lieben müssen. Sicherlich auch werden. Wenn genügend Gras über die Sache gewachsen ist. Wie die eigene Lebensgeschichte beweist. Damit es ein europäisches Happy-End auf der ganzen Linie gibt. Sonst wäre alles umsonst gewesen. Helmut und Giscard. Helmut 2 und Francois. Die EU. Der G7 Gipfel. Völler in Frankreich. Alles wäre umsonst gewesen. Aus der einfachen Sicht des Spiels, dass nicht nur ein Spiel sein kann. Aus der einfachen Sicht eines Lebens. Aus der einfachen Sicht der Gegensätze, Beobachtungen und der daraus resultierenden Biographie. Deutschland : Frankreich. Und warum Gegensätze sich doch vielleicht anziehen. Warum Anziehendes sich so abstoßen kann. Deutschland will und braucht so dringend deine uneingeschränkte Liebe - Frankreich. So sehr. Stoß uns nicht zurück. Bitte zier dich nicht so. Stell dich nicht so an. Vergebe uns. Liebe uns. Denn wir wollen dich so gerne lieben. Denn, wenn Du uns lieben kannst, dann sind wir endlich befreit. Befreit von einer Schuld, die uns nicht loslässt. Denn wenn Du uns liebst, dann ist unsere Unschuld besiegelt. Nach nichts mehr sehnen wir uns. Also, das Spiel kann beginnen.

Geschrieben von Christof Hintze in Das Spiel um 20:35

Stimmt!

Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.

Albert Einstein

Danke! Heute beim herumbloggen hier entdeckt. (Nicht wundern, da ist ein dynamischer Sprüche-Generator, deshalb steht da immer was anderes. Als ich auf jeden Fall da war, stand das da. Das da oben. Wirklich!)

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:38

deutschland. ein sommermaerchen 77: bei leipzig, sachsen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 14:02

Pommes-win-win

Im besten Laden (Cappuccino) auf Mallorca ist es endlich passiert. Endlich. Nach so viele Jahren. Die Pommes haben es geschafft. Gesellschaftsfähig sind sie. Wenige Meter entfernt von den teuersten Yachten der Welt konnten sie jetzt ihr ranziges Schnitzkartoffelimage ablegen. Sie sind aufgestiegen. Einfach so. Was ist passiert?

Vermutlich ist es gelaufen wie immer. Wie beim Schnitzen indischer Elfenbeinelefanten wurde bei jeder Kartoffel einfach

alles weggelassen, was nicht Pommes war. Anschließend hat man sie vermutlich ins heiße Rindernierenfett (Belgische Rezeptur!) geworfen, frittiert und danach vermutlich abkühlen lassen. Um beim zweiten Mal dann, den Rauchpunkt zu erwischen, der die goldgelbe Farbe garantiert. Abtropfen lassen, salzen, fertig.

Alles wie immer. Bis ein genialer Mensch auf die Idee kam, die Präsentation zu optimieren. Ein schlichtes Blumentöpfchen (handelsüblich aus Ton) hat in diesem Café für immer Teller, Schälchen und Papiertüten zu Statisten degradiert. Ausgekleidet mit kunstvoll drapiertem Backpapier (handelsüblich braun) und aufgefüllt mit den Stars der internationalen Fast-Food-Szene, ist ein kleines Kunstwerk entstanden. Genial. Und dafür bezahlt man dort gerne das Doppelte. Doppelter Genuss einerseits. Doppelter Profit andererseits. Für jeden etwas.
Genial. Da wäre ich auch gern drauf gekommen.
Vielleicht nehm ich mir jetzt einfach mal den Ketchup vor. Aber wie krieg ich nur das Zeug in eine Gießkanne? Hm...

Geschrieben von in Vorbildlich um 12:04

Mittendrin

Herrlich. Dabei sein ist etwas Großartiges. Mittendrin. Auch wenn man seine Rolle nicht genau kennt und es am Ende auch egal ist. Herrlich. Einfach nur drauf hauen. Einfach nur irgendwie nach vorne. Dort wo der liebe Gott so gerne hilft. Einer schießt ein Tor und alle freuen sich. Herrlich. Blöd ist nur, wenn der Schuss mal nach hinten losgeht. Eigentlich aber auch kein Problem. Einer hat halt nicht aufgepasst. Einer, von vielen. Einer, den man nicht zur Verantwortung ziehen kann.

Ich liebe diese komplexen Systeme. Auch wenn sie keinen Spaß machen und keinen Sinn ergeben. Ich habe begeisterte Menschen an diesem Kicker gesehen. Menschen, die sich gefreut haben, gekurbelt (Verboten!) und gelacht haben. Nein, es gab keinen Sieger. Es gab nur einen irritierten Zuschauer. Mich. Mittendrin. Aber nicht dabei. Warum auch?

Geschrieben von in 02 . Blickwinkel um 11:55

FREITAG, DER 13.

Ihr seid zu spät dran. Das Thema 13 ist schon vor ein paar Tagen hier behandelt worden.
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:29

anders

anders. ich wollte anders sein. immer ganz anders. ich wollte alles anders machen. egal was. dem gleichen konnte ich nie folgen. darum habe ich fast alles anders gemacht. mit dem anders sein wollte ich allen beweisen, dass man auch anders zu gleichen zielen gelangt. immer in der überzeugung, eine abkürzung nach der anderen genommen zu haben, kam ich ganz wo anders raus. nichts wollte ich machen wie alle. bis ich nichts mehr machen konnte, wie alle anderen. es musste immer anders sein. das ist anstrengend. sogar meine träume waren anders. was wirklich anstrengend am anderssein ist, wenn man anders sein muss. eigentlich mal nicht anders sein will, aber nicht anders kann. alles musste immer anders sein. dabei hatte ich immer eine stille bewunderung für dinge des lebens, die gleich waren. gleich verlaufen. parallel. gleich ist oftmals ausgewogener. gleich ist eben mehr im gleichgewicht, als andersartig. gleichgesinnte gleichen sich in den wichtigsten wesensmerkmalen. oder zumindest gleichen sich die wichtigsten vorstellungen. bei dem bemühen anders zu sein ist mir dann viel später aufgefallen, dass es vor allem daran lag, dass ich wirklich anders war und mich anders fühlte. an stellen, an denen ich viel lieber gleich gewesen wäre. ich war aber nicht gleich wie die anderen. es gab dinge an und in mir, die unübersehbar, unüberhörbar und unbemerkbar anders waren. um dieses schmerzhafte andere vergessen zu machen, zu überwinden oder zu überlagern, musste ich einfach alles anders machen. leider war ich nicht gleich. deshalb ist mein lebensweg davon bestimmt, immer andere wege zu gehen, nie den gleichen. für den job ist das sehr nützlich. was ich vom privatleben nicht immer behaupten kann. aber da ich darum weiß, kann ich mich immer mehr angleichen. jetzt muss ich oft nur noch verdeutlichen, dass etwas offensichtlich anderes bei mir schon immer gleich ist.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Vertrauen

Es gibt zwei Arten von Vertrauen. Das nützt einem. Und somit wäre ohne ein gewisses Zutrauen, eine Unterform des reinen Vertrauens, nichts zu holen. So lange es uns nützt, wir etwas davon haben, vertrauen wir uns an.

Die zweite Form ist eine rein emotionale Angelegenheit. Sie beschreibt das reine Vertrauen. Das eine Art von Selbstaufgabe mit sich führt. Sich fallen lassen. Sich völlig loslösen und aufgeben. Sich dem anderen völlig anvertrauen. Diese Form schwindet immer mehr. Und die Nutzenvariante nimmt zu.

Die selbe Entwicklungen können wir auch bei Begriffen wie Freundschaft, Glück und Liebe beobachten. Es gibt immer eine moderne, rationale, stark nutzenorientierte Definition. Und eine viel ältere, rein emotionale Definition. So unterschieden die alten Griechen noch nicht in zwei Arten von Glück. Wie wir. In ein Glück, das einem zufällig begegnet. Und das andere Glück, das man hat, wenn man zum Beispiel im Lotto gewonnen hat. Die Griechen kannten nur der zufällige Glück. Nicht das konstruierte.

Ebenso verhält es sich mit dem Vertrauen. So galt bei den alten Griechen das Vertrauen zwischen zwei Menschen in Form von Freundschaft als höchstes Gütesiegel. In unserer Gesellschaft bedeutet, wenn Freunde miteinander Geschäfte machen, automatisch Mauschelei. Freundschaft wird im Geschäft nicht gerne gesehen. Somit kann auch Ur-Vertrauen sich nicht mehr entwickeln. Weil es mehr Zweckgemeinschaften gibt. Auf zugegebenermaßen hin und wieder sehr hohem Niveau. Aber ist der rationale Nutzen weg, ist sofort auch die Verbindung gekappt.

Somit haben wir einen logischen und nachvollziehbaren Vertrauensverlust. Weil wir die rationale und funktionale Nutzenvariante des Vertrauens der emotionalen Version vorziehen müssen. Ein ganz schön weiter Weg zurück für eine Gesellschaft. Außer jeder fängt einfach bei sich selbst an.

Freundschaften der Bekanntschaft vorziehen. Das Vertrauen dem Zutrauen. Und beim Glück und der Liebe kann man gleich weiter machen. Die neue Frage lautet in Zukunft: "Wie fühlt es sich an?" und nicht "Was bringt mir das?"

Allem, was sich gut anfühlt, geht man nach. Und allem anderen aus dem Wege.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

deutschland. ein sommermaerchen 76: bei meissen, sachsen

Geschrieben von Peter von Felbert um 01:31

zeichen 11

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 01:20

Donnerstag, 12. Oktober 2006

deutschland. ein sommermaerchen 75: bastei, elbsandsteingebirge

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 23:56

deutschland. ein sommermaerchen 74: bergsteiger, elbsandsteingerbirge

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 23:48

deutschland. ein sommermaerchen 73: bastei, elbsandsteingebirge

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 23:46

deutschland. ein sommermaerchen 72: bild vom hoch wasser 2002, koenigsstein

Geschrieben von Peter von Felbert um 20:15

deutschland. ein sommermaerchen 71: kürbisfeld bei meissen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:04

Schlau: Orientierungsnachhilfe von den Kleinen

Ameisen sind in einigen Bereichen echt schlau. Wesentlich schlauer als wir. Ameisen hinterlassen Spuren und Markierungen ihrer Tätigkeit. Somit wissen alle Ameisen, wo es lang geht. Sogar lohnend. Denn Spuren mit erfreulichem Ziel sind besonders stark markiert. Lässt die Markierung nach und eine andere sticht hervor, dann wechseln die Ameisen einfach die Richtung - in Richtung noch ergebnisorienierter.

Wir Menschen machen und können das nicht. Wir machen Dinge oft nur für uns und hinterlassen keine Markierungen. Deshalb kann uns oft keiner folgen. Oder keiner weiß, wo es eigentlich lang geht. Würden Firmen aber zu einem lohnenden unternehmerischen Ziel jede Menge gut erkennbare Markierungen setzen, dann ginge alles viel besser und einfacher. Denn alle wüssten, wo es lang geht.

Aber wir sind nun mal Eigenbrödler und behalten lieber alles für uns. Deshalb müssen wir wohl oder übel damit leben, dass eigentlich keiner so richtig weiß, wo es lang geht.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 11:34

Das Gute liegt oft so nah (1)

Ort: Walchsee. 1 Stunde von München. Land: Österreich. Samstag vor 2 Wochen. So gegen 19.00 Uhr.

Meine Gedanken sagen mir: "Mensch, das Gute liegt oft so nah. Man muss nur den Hintern hoch bekommen. Anpacken und zugreifen. Sich weiter- und wegbewegen. Warum auf seinen Standort und Standpunkt unbedingt beharren? Wenn dieser nichts Neues mit sich bringt. Nichts Positives erwarten lässt. Die Veränderung zum Guten und viel Besseren ist sehr viel näher, als man im Allgemeinen glaubt. " Das weiß ich in einem solchen Augenblick. Dessen bin ich mir sicher.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 11:29

Wie gewonnen – so zeronnen

Viele Unternehmen betreiben eine sehr seltsame Kundengewinnungsstrategie. Man kann diese einfach auf einen Nenner bringen: Die Neuen werden unglaublich umworben und die Alten werden unglaublich verarscht. Somit verlassen die, die sich verarscht fühlen, das Angebotsschiff durch den Hinterausgang. Und über die prachtvoll geschmückte Neukunden-Gangway kommen die Neuen auf das Angebotsschiff.

Das ist ein Kommen und Gehen. Und weil sich viele verarscht vorkommen, verlassen viele die Unternehmen. Deshalb müssen die Lockangebote für die Neuen noch größer und pompöser klingen. Was das Gefühl des Verarschtwerdens deutlich vergrößert und so weiter und so weiter.

Jetzt könnte man glauben, dass da kleine, dumme Unternehmen am Werke sind. Die den Blick für die Realität noch nicht haben. Weit gefehlt. Umso größer die Unternehmen, um so dümmer das Agieren.

Wenn man über 10 Jahre bei Premiere ist, über 10 Jahre bei Vodafone, über 10 Jahre eine Tageszeitung abonniert hat, über 10 Jahre bei der Telekom war, bei großen Banken und sich alle paar Jahre ein neues Auto zugelegt hat, dann weiß man, wovon man spricht. Dann weiß man ganz sicher, dass man von vorne bis hinten von allen verarscht wird.

Warum in aller Welt hat es noch keiner mal anders herum versucht? Es gibt doch ein einziges tolles Beispiel: die KFZ Versicherungen. Wenn man lange keinen Unfall baut, zahlt man weniger. Oder wie ich gerne meinen Kunden empfehle, sich zu verhalten: Lassen Sie es den Guten gut gehen, und allen anderen gegenüber ist man höflich. Es muss einen Wert darstellen, lange geschätzt zu werden. Dann bleiben die Kunden bis zum Ende. Denn sie fühlen sich nicht verarscht. Und alle Neuen sind nicht nur Neukunden, sondern Mehrkunden. Denn Neukundengewinnung hat das Attribut nicht verdient, wenn man damit zugleich Bestandskunden verliert.

Es geht um Mehrkunden. Nur darum.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 06:54

2. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Liquidität

Liquidität ist wie das Blut, das durch unsere Körper fließt. Ein Unternehmen ohne Blut ist eigentlich schon tot.

Deshalb habe immer so viel Liquidität, um den größtmöglichen und denkbaren betriebswirtschaftlichen Verlust überleben zu können. Schulden oder anderes Übel bringen so lange niemanden um, solange dem gegenüber die entsprechende Liquidität steht. Es sind mehr Unternehmen daran zugrunde gegangen, dass sie 135,99 € nicht mehr zahlen konnten, als an größeren Summen.

Klingt logisch. Denken aber die wenigsten dran.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 06:52

Zwei Wassermänner

Ganz klar. Ein eindeutiger Fall: Das muss einfach Kunst sein. Alles andere würde Sinn ergeben. So denke ich mir, das ist sicherlich ganz große Klein-Kunst. An einer Stelle wo sie niemand, aber auch niemand erwartet hat. Und kann so

selber in Ruhe, ohne einen weiteren klaren Gedanken daran zu verschwenden, meines Weges schreiten.

Und denke mir noch ausklingende bruchstückhafte Dinge wie: 1995. Beton auf Stahlgerüst. Sonderbeschichtung mit freundlicher Unterstützung der Höchst AG. Eine freundliche Dauerleihgabe des Kunstervereins Kleinkleckersdorf, Jean Baptist Kunstfritze, Titel: Uns steht das Wasser bis zum Hals, oder die zwei Wassermänner, oder doch zweierlei erwartungsvolle weiße, reife Buschbohnen im grauen Nebel des Gütebahnhofes von Perpingnion ...

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 06:51

Mittwoch, 11. Oktober 2006

zeichen 10

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 14:14

Es geht dann doch immer noch ein Stück übler, mein lieber Scholli!

Er ist alt und braucht sehr viel Geld. Onkel Thomas. Das erbärmlichste aber ist, neben der ganz üblen Anzeige, das Medium, in dem ich diese entdecken musste: NEON. Das hochmoderne und extrem aufpolierter Zeitgeistkonzentrat des Sterns. Der Versuch, verlorene Zielgruppen über schöne Inhalte und fettes Anbiedern zurück zu gewinnen. "Ihr wollt den Stern nicht? Dann kauft jetzt wenigstens NEON." Ein Beweis, dass die für Geld alles drucken. Da muss doch einer in der Anzeigenredaktion sagen: "Du liebes Gummibärchen, so nicht. Du kommst hier so nicht rein. Nicht mal mit Kohle!"

Aber wie man sieht: Mit Geld ist Vieles möglich.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 12:43

deutschland. ein sommermaerchen 69: frauenkirche, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 12:12

deutschland. ein sommermaerchen 68: schloss, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 12:04

deutschland. ein sommermaerchen 67: schloss, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:41

deutschland. ein sommermaerchen 66: schloss, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:40

deutschland. ein sommermaerchen 65: schloss, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:38

deutschland. ein sommermaerchen 64: zwinger, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:37

deutschland. ein sommermaerchen 63: zwinger, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:35

Ich bin gesund, ich habe zum Glück kein Payback

Es ist schon erstaunlich, wie sehr alle um meine Gesundheit bemüht sind. Ganz rührend finde ich seit einiger Zeit die BP/Aral Tankstellen. Offensichtlich kümmern die sich besonders um eine ganz neue Krankheit. Das ist doch mal ein Engagement am Kunden. Daran könnten sich andere mal ein Beispiel nehmen. Tengelmann könnte sich um Durchfall-Krankheiten kümmern. Aldi um Kreislauferkrankungen. Coop um Grippe und so weiter. Und wie das geht, können sich alle bei BP/Aral abschauen. Die gehen mal wieder mit gutem Beispiel voran. Und die vergessen das nie. Egal, wann ich komme. Egal, an welcher Tankstelle hier zu Lande, immer kommt dieser besorgniserregende Blick und die vorbeugende Frage: Haben Sie Payback?

Und ich kann immer beruhigend antworten: Nein, ich habe keine Symptome von Payback. Keine Spur. Sogar mein Hausarzt hat mir das bestätigt. Und auch mein Urin und mein Stuhlgang, meine Blutprobe und alle meine Werte zeigen, ein Glück, deutlich: Kein Payback.

Aber ehrlich, wenn diese freundliche Tankstellenkette mich nicht auf diese Krankheit hingewiesen hätte, wer weiß, wie es mir heute gehen würde. Vorbildlich. Und manchmal kommt dann einer, der bitter eingestehen muss: ja, ich habe Payback. Dann gibt er eine Art Krankenhauskarte rüber und bekommt sein Benzin. Ich kann nur hoffen, dass es nicht zu spät ist. Denn Payback soll ziemlich hässlich sein, wenn das mal ausbricht.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03

Stammplatzgarantie

Bei meinem Lieblingsgastwirt (den verrate ich jetzt nicht, sonst ist eventuell bald die Hölle los), da gibt es, so wie es eigentlich üblich sein sollte, einen Stammtisch. Für seine Stammgäste. Da kann das moderne Marketing viel von lernen. Denn der bleibt den Stammgästen vorbehalten. Und niemand anderes setzt sich daran. Außer es ist weit und breit kein Stammgast in Sicht. Oder man sichert zu, den Tisch umgehend zu verlassen, sollte ein Stammgast aufkreuzen. Das nenne ich Kundenbindungs- und Kundengewinnungsprogramm. Den besten Gästen soll es auch am besten gehen. Und das sollen auch alle mitbekommen. Und wer will, kann ja dahin kommen. Denn der Tag wird kommen, da wird man vom Stammgast an den Tisch geladen. Wenn man will. Man muss nicht. Aber es ist nicht so, wie im Rest der Republik, dass Neukunden es vorne und hinten reingeschoben bekommen und man als langjähriger Kunde von vorne bis hinter verarscht wird.

Ich erzähle das meinen Kunden immer und immer wieder. Die guten Kunden sind die wichtigsten. Da müssen die anderen erst mal hin kommen. Und es muss sich lohnen, ein guter Kunde zu werden, zu sein und zu bleiben. Aber Neukunden das Blaue vom Himmel zu verprechen, um einen Moment später den nächsten noch verlockendere Angebote zu machen, zahlt sich nicht aus und kommt auch noch teuer zu stehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:02

Abwärts - Aufwärts

Ist jemandem mal aufgefallen, das Rutschen auf Kinderspielplätzen und auch an anderen Orten grundsätzlich bergab gehen. Im übertragenen Sinn. Gibt es eigentlich endlich mal eine repräsentative Erhebung über die Auswirkung auf die Entwicklung von Kindern. Wenn die selbst immer nur bergab rutschen. Kanzlerkandidaten wollen nur fotografiert werden, wenn sie eine Treppe hinauf steigen. Nie die Treppe hinunter. Denn das bedeutet: bergab. Und könnte sich im

Unterbewusstsein der Wähler negativ auswirken. Sie wollen suggerieren, mit mir geht es nur bergauf.

Hinkel und der Dutsche, haben es im großen Diktator eindrucksvoll vorgemacht, wie wichtig es für die Psyche ist, über dem anderen zu stehen. Und wir lassen unsere Zukunft in Form von Kindern ständig bergab gleiten. Kein Wunder also. Nach dem Krieg gab es so gut wie keine Rutschen. Ein Garant, oder sogar der für den Aufstieg? In allen auftstrebenden Ländern kann man signifikant feststellen, dass die Rutschendichte wesentlich geringer ist. Als hierzulande. Dafür die Wippe verbreiteter. Aber vor allem der Kletterbaum. Es fällt auf, dass die Kinder aller Wachstumsländer in den Bäumen hängen, baumeln und klettern.

Das sollte uns zu denken geben. Wie soll man aufsteigen, wenn man ständig runter rutscht? Hat sich das schon mal einer ernsthaft gefragt. Oder nur gedacht: na, dann rutsch mir doch den Buckel runter?

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

deutschland. ein sommermaerchen 62: kunstakademie, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:52

deutschland. ein sommermaerchen 61: burg ludwigstein, elbsandsteingebirge

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:07

Dienstag, 10. Oktober 2006

1. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Umsatz

Umsatz ist wie ein Baum voller Vögel. Wenn man in die Hände klatscht, sind alle weg.

Darum schaue nicht so sehr auf den Umsatz, sondern immer mehr auf das, was wirklich hängen bzw. sitzen bleibt. Es sind wesentlich mehr Firmen den Bach runter gegangen, die einen hohen Umsatz hatten. Aber so gut wie keine mit einem hohen Profit.

Klingt einfach, beherzigen aber die wenigsten.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 15:27

Interessenskonflikt

Eines der wohl größten Probleme der Menscheit ist, dass wir vordergründig andere Interessen vertreten, als wir es hinten herum wirklich tun. So geht jeder ins Meeting, um das Beste für die Sache heraus zu holen. Aber eigentlich bedeutet "für die Sache" in der Regel "für die eigenen Interessen".

Obwohl das alle insgeheim wissen, spielen alle mit. Dieser Interessenskonflikt macht ergebnisorientiertes Wirken sehr schwer bis unmöglich. Denn diese Massen von Scheinheiligen tun nur so als ob. Das bedeutet auf einem Index, der da heißt 100 = das Beste, was wir tun konnten, kommt nie mehr als 30% heraus. Bewunderswert dabei ist, dass überhaupt mit 30% noch etwas funktioniert.

Unvorstellbar, was alles möglich wäre, wenn alle ihr Ego der Sache unterordnen könnten. Wir würden alle qualitativ weit über unsere jeweiligen Möglichkeiten und Verhältnisse leben können. Aber dieses Verhalten ist uns Menschen nicht zu eigen. Deshalb werden wir weiter mit diesem größten aller Konflike leben müssen, dem Interessenskonflikt.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

Provokateur

Das sollte ein hoch bezahlter Job sein: Menschen, die man einladen kann, um Bewegung in eine Sache zu bringen. Das funktioniert im Privatleben wie im Business. So ein guter, professioneller Provokateur gibt Widerworte, hält den Spiegel vor, vertritt eine oppositionelle Haltung. Er reizt. Er bringt Dinge ins Rollen.

Ich bin Natur-Provokateur. Denn nichts langweilt mich mehr als ausgedehnte Berechenbarkeit. Wie diese endlos geraden Straßen von der Ost-Küste an die West-Küste der USA. Wenn man schon vorher weiß, wie es weiter, weiter und weiter geht. Die erdrückende Langeweile der totalen Vorhersehung. Wenn wir zum Essen eingeladen sind, dann befällt mich schon vorher die Panik, dass es zu einem extrem brutalen Smalltalk-Abend verkommen könnte.

Diese typischen Gesprächsverläufe, wenn jeder sein Lebenskonzept allen anderen als so schlau und durchdacht auftischt. Diese Probleme, die keine sind. Geschichten, die so langweilig sind, wie Kaugummi an Geschmack verloren hat nach 24 Stunde darauf Herumkauen. Wenn jeder aus seinem kleinen Blickwinkel sich anmaßt, allgemeingültige Verlautbarungen vom Stapel zu lassen. Ständig anderen die kleine Welt des eigenen erbärmlichen Daseins verkaufen müssen. Und dann haben wir und dann wollen wir und dann ... Es ist schon vorgekommen, dass ich um 22.00 Uhr im Bett lag und schlief. Die Gäste haben dann ohne mich weiter gemacht. Oder wenn es nicht in den eigenen Wänden war, bin ich auf einem Sofa weggedöst.

Platitüden austauschen, immer schön an der Oberflächlichkeit entlang schwimmen, langweilt mich so sehr, dass ich umgehend in einen komatösen Schlaf verfalle. Deshalb bin ich gern der Provokateur und mache mich freiwillig zum Arschloch in der Runde. Die Abende gefallen mir dann viel besser. Das merke ich daran, dass es nach Mitternacht wird und meine Frau mich förmlich rausziehen muss. I love it.

Im Job ist das ähnlich. Wenn das Bullshittalking losgeht, stellen sich mir die Nackenhaare auf, und da ist er dann

wieder, der Provokateur. Meistens beginne ich meine Tiraden mit: Sie reden unglaublichen Blödinn. Oder auch sehr gerne benutze ich den Einstig: Die Scheiße kann ich nicht mehr hören. Auch schön: Sie haben keinen blassen Schimmer. Ich liebe es. Wenn allen die Contenance aus dem Gesicht fällt, wie die Tomate mit Soße aus einem Hamburger beim Reinbeißen.

Wer mir immer wieder leid tut, ist meine Frau. Und Torsten. Die kennen das schon und denken sicher, jetzt geht das wieder los. Meine Frau und Torsten lieben Harmonie. Ruhige, ausgewogene Übereinstimmung. Den andern ausreden lassen, zuhören, zuvorkommend sein und höflich. Sie lassen jedem seine Meinung. Sie greifen nicht an oder stellen jemanden bloß, dafür haben sie ja mich. Denn ich sage oft, was andere nicht mal zu denken wagen. Ob das gut oder schlecht ist, sei mal dahin gestellt. Aber es ist Rock'n Roll. Und das auch noch laut und sofort. Geschwindigkeit ist als Provokateur sehr wichtig. Die Antworten, Argumente, Angriffe und Beleidungen müssen wie bei einem fetten E-Gitarren-Solo von den Saiten springen.

Wörter müssen treffen und zwar genau und am besten ohrenbetäubend. Sonst ist man kein richtiger Provokateur, sondern nur Bedenkenträger. Gott wie peinlich. Wer will das schon sein, außer Guido Westerwelle. Ich sollte ein Gewerbe daraus machen. Man kann mich einladen für eine Schweinekohle und ich mische dann den entsprechenden Laden mal so richtig auf.

Stelle Fragen, wo es richtig weh tut. Klage an. Entlarve. Bringe Menschen zur Weißglut, damit endlich mal ein ordentlicher Gedanke entspringen kann. Kein geformter und schon formulierter. Neues Denken. Neuer Blickwinkel. Mal den Eintopf im Kopf so richtig umrühren.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Montag, 9. Oktober 2006

In vino veritas

So nach 3 Glas Rotwein, habe ich das Problem zwar nicht gelöst, aber fast vergessen. Das ist doch auch was? Also, bis Morgen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 20:20

Black Monday Today

Mir ist heute meine komplette iTunes Datenbank fliegen gegangen. Wir reden da von über 8.000 Titeln. Feinster Jazz. Feinste Klassik. Und darum einige Perlen aus den Bereichen Funk, Soul R&B, Rock und Pop.

Meine Autumn Leaves Sammlung ist weg. Meine Chet Baker Sammlung. Und meine Miles Davis Sammlung. Und...

Da kann man nichts machen. Tschüss. Es war schön mit euch. Neues Spiel. Neues Glück. Der Tag ging dann so weiter. Bis zum vorläufigen Finale, da ist mir meine Sonnenbrille beim Weg nach Hause auseinander gefallen. Ich mache heute nichts mehr. Das verspreche ich euch. Nichts. Nicht mal den Kühlschrank auf.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 19:28

deutschland. ein sommermaerchen 61: dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 10:14

Jetzt schlägt es 13

Die irrationale Furcht vor der Zahl 13 wird Triskaidekaphobie genannt. Bei Flugzeugsitzen wird des öfteren die 13. Reihe in der Nummerierung ausgelassen. Jim Knopf und Lukas, der Lokomotivführer, und die wilde 13. Hotelzimmer mit der Nummer 13 kann man lange suchen. Gruppe 13 im Periodensystem der Elemente wird als Gruppe der Erdmetalle oder auch Borgruppe bezeichnet. Das 13. Stockwerk fehlt oft in Hochhäusern. Ballack spielt mit der 13. Klinsmann hat das auch getan. Die Zahl 13 gilt auch als Verschwörungs-Zahl auf dem 1-Dollar-Schein. Die Zahl 13 kommt auf dem Dollar-Schein 11 mal vor, versteckt in Bildern und Texten. 13 ist die Ordnungszahl von Aluminium. "13" lautet der Titel des Buches der Fantasyautoren Wolfgang & Heike Hohlbein. Im Formel-1-Motorsport wird auf die Startnummer 13 verzichtet. Im Krankenhaus liegt niemand auf Zimmer 13. Am Freitag, den 13., soll alles in die Hose gehen. Der 13. Krieger. 13 Stühle. 13 ist in vielen Kulturen die Unglückszahl. 13 ist die sechste Primzahl. Die 13 Alten Orte sind eine geographisch-historische Größe in der Schweiz. Die zweite Wilson-Primzahl. Eine zentrierte Quadratzahl. Die kleinste Mirpzahl. Ebenso ist die 13 der fünfte Exponent einer Mersenne-Primzahl. Als mögliche Herkunft gilt der Verrat des Judas Ischariot, da er der 13. Anwesende beim letzten Abendmahl war und der Tod Christi auf einen Freitag fiel (Karfreitag). „Der 13te“ ist auch ein Synonym für den Teufel.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03

Gewerkschaften – die pfeifen doch nicht ganz richtig

Unüberseh- und ebenso unüberhörbar ist es zur Angewohnheit auf öffentlichen Gewerkschafter-Versammlungen geworden, mit Trillerpfeifen zu erscheinen. Und anstatt die Stimme zu erheben, die gesamte Veranstaltung lautstark zu pfeifen.

Das verstehe ich nicht. Und das ist ein Grund, warum ich bei einer solchen Veranstaltung nie erscheinen würde. Denn ich bin zum einen geräuschempfindlich, und zum anderen würde ich gerne den Rednern folgen.

Das verstehe ich nicht. Dass man sich auf der eigenen Kundgebung der Gefahr aussetzt, sich einen Gehörschaden zu

holen, und außer dem ohrenbetäubenden Trillern von all den anderen Pfeifen nichts mitbekommt.

Das verstehe ich nicht. Warum stehen die nicht im Bundestag mit ihren Trillerpfeifen oder in der Vorstandskantine oder bei irgendeiner Arbeitgeberveranstaltung?

Früher war es gute Sitte, dass ich mich ins gegnerische Lager einschlich und die gegnerische Veranstaltung dann auf einen Schlag mit allen Mitteln störte, bis die Ordner mich raus katapultierten. Das habe ich ja noch verstanden. Aber dieses Pfeifen? Verstehe ich nicht.

Warum machen die einen solchen Lärm bei sich selbst. Das muss einen anderen Grund haben, der mir völlig unerklärlich ist. Also, wenn Sie mich fragen, pfeifen die eventuell aus dem letzten Loch. Oder?!

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

Mothers Finest

Mutters Liebling. Der härteste Funk in den frühen 80ern wurde von dieser Band zelebriert. "Baby Love" war einer der Titel, die ich mir noch heute hin und wieder in ganz bestimmten Stimmungen reinziehen muss. Denn mit diesem Titel sind Gefühle und Erinnerungen verbunden, die mir wieder klar machen, was ich eigentlich wirklich im Leben und vom Leben wollte. Das ist so, als ob man an einen Ort zurückkehrt. In eine andere Zeit reist. Einen guten alten Bekannten wiedertrifft. Manchmal, wenn diese ganze Harmonie-Soße wie klebriger Honig an mir hängt, muss ich den Gefühls-Counter mal wieder auf Null stellen oder Reset drücken.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:00

deutschland. ein sommermaerchen 57: in der naehe von jena

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:08

Sonntag, 8. Oktober 2006

Der 500 Kommentar auf dem note-blog

Ich weiß nicht, was soll es bedeuten, aber die Zahl ist schön, groß und rund - darum tu ich sie kund.

Der Kommentar zu diesem Beitrag von Peter von Felbert ist die Nummer 500.

... Unser Blog in Weimar. Sieht gut aus. Eine schöne Idee für eine Image-Kampagne. Unser Blog aus oder in ... Wunderbare Orte, an denen ein Apple Powerbook steht und man unseren Blog erkennen kann ...

Da sagen wir doch mal DANKE für die rege Beteiligung.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 20:13

Das müsste eigentlich Wolke 7 sein. Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 20:09

Ursachenforschung: Der Hoch-, Tief- und Breitstapler

Am bekanntesten ist wohl der Hochstapler. Weil ziemlich häufig. Am begehrtesten sicherlich der Tiefstapler. Weil sehr selten. Noch gänzlich unbekannt ist der Breitstapler. Weil nicht da. Das hier ist eine Kombination aus allen Dreien. Beeindruckend, wie ich finde. Die Geschichte der Stapler muss neu geschrieben werden (flüstert mir gerade einer der Drei ins Ohr).

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 18:14

Ein weiteres meiner weltberühmten Flugzeug-Fotos

Die Ausbeute an diesem Wochenende war zugebener Maßen nicht ganz so toll. Aber am frühen Sonntagabend, ist mir doch noch so kleiner Hüpfer durch die Linse gefolgen. Ein sehr Kleiner. Gebe ich ja gerne zu.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 18:10

Samstag, 7. Oktober 2006

deutschland. ein sommermaerchen 60: weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:21

deutschland. ein sommermaerchen 59: goethes wohnhaus, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert um 20:15

deutschland. ein sommermaerchen 58: goethes gartenhaus, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:11

deutschland. ein sommermaerchen 57: goethes garten, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:10

deutschland. ein sommermaerchen 56: stadtschloss, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:56

deutschland. ein sommermaerchen 55: stadtschloss, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:56

deutschland. ein sommermaerchen 54: stadtschloss, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:55

deutschland. ein sommermaerchen 53: fruehstueck, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:52

deutschland. ein sommermaerchen 52: hotel russischer hof, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:49

Hinterm Bischofshof

Ein Hotelzimmer erobert man immer so. Verstaut seine Sachen in Schränke und Schubladen. Das Zimmer ist schließlich belegt. Zufrieden schaut man zum Fenster hinaus. Der Blick geht diesmal aber nach hinten raus. Man sieht auf eine Wand. Am Fuß der Wand ein Holzverschlag; schuppiges Dach, auf dem Gras wächst und Moos. Auf manchen Schindeln liegt alter, schmutziger Schnee.
So nah bei einer Kirche hatte er noch nie gewohnt. Viel zu nah, als das er den Körper als Ganzes begriff. Von seinem Zimmer aus gesehen war alles nur Wand. Wer hatte die Kirche so dicht an das Haus gebaut? Oder wer hatte das Haus so dicht an die Kirche gesetzt? Das lag schon so lange zurück, dass beide wie verwachsen waren.
Dazwischen der Verschlag. Man sieht die Tür des Verschlages, die offen steht. Das Innere, in dem es fast dunkel ist. Eine Schubkarre ist das, was man gerade noch sieht. Sähe man die Schubkarre nicht mit der Zinkwanne, die aussieht wie neu, wäre alles nur Vergangenheit.
Kein Himmel ist zu sehen. Alles ist Wand. Als hätte man das Haus vor die Flanke eines steilen Berges gefügt. Auch das Licht fällt von weit oben wie in eine Felsspalte hinein. Bis es hier unten angekommen ist, hat es zuviel an Strahlkraft verloren, dass es nicht reicht, die Stimmung hier unten zu erhellen. Das Leben – nur feuchtes Moos und nasser Schnee. Dazwischen spärliches Grün gegen gewaltiges Grau.
Dass es doch eine Kirche war, kein Fels, das lag am Glockenspiel. Es schwebte wie ein leichtes Lüftchen heran und ließ sich in dieser Unterwelt nieder. Aber fangen ließ es sich nicht. Es setzte hier und da ein paar helle Töne ab, bevor es sofort wieder verflog. Ein bunter Schmetterling, der sich verflogen hatte.
Die Wand ist nicht glatt. Sie steigt in vielen Formen zum Himmel empor. Sie hat Falten und Runzeln, Narben und Warzen, Furchen und Spalten. Sie tritt hervor und zieht sich an anderer Stelle zurück. Auf den Vorsprüngen hocken tierische Gestalten. Affenköpfe, Hundsmäuler, Teufelsfratzen. Sie sind dem Grund der Felsenwelt entstiegen. Sie kamen gekrochen, geflattert, gesprungen. Einmal niedergehockt, waren sie nie wieder aufgestanden.
Jetzt sitzen sie zum Sprung bereit. Wer soll sich vor ihnen fürchten?
Man hätte es in diesem Hotel auch etwas teurer haben können. Aber man hätte doch nur eine ganz schöne Aussicht gehabt.

Geschrieben von in Weite Welt um 13:36

Ein weiteres meiner weltberühmten bekannten Flugobjekt-Fotos

Weiße Seemöwe auf weißem Grund im Beobachtungsflug.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 13:13

Draufgänger

Aus Eiche. Aus einem Stück. Ca. 50 cm lang und 25 cm hoch. Titel: Draufgänger. Künstler: Ist mir entfallen. Erworben in der Kunstgallerie in Illverich, bei Düsseldorf. So um das Jahr 1996. Fand ich damals gut. Geht mir heute noch so. Stellt ein Stück Realität dar. Die man sich immer mal wieder vor Augen führen sollte. Das Kunstwerk erinnert mich daran. Bin drauf gekommen als ich den Beitrag von Torsten las.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:41

Freitag, 6. Oktober 2006

deutschland. ein sommermaerchen 51: weimar

Geschrieben von Peter von Felbert um 22:38

deutschland. ein sommermaerchen 50: goethe schiller denkmal, weimar

was hier so aussieht wie goethe und schiller von hinten, ist fuer mich der beginn eines neues lebensabschnitts. dieses bild ist 20 minuten alt, also quasi neugeboren, und schon online. moeglich geworden durch eine digital kamera, einen laptop mit bluetooth, ein handy mit umts und - ach was die technischen details wiil euch ersparen. jedenfalls ist dies meine erste reise, von der aus, egal wo ich bin und handy empfang habe, euch meine bilder bilder sofort zeigen kann. die bilder moegen genauso aussehen wie zuvor, fuer mich ist das ein voellig neues lebensgefuehl. abends im hotelzimmer liegen und im blog surfen und meine bilder online stellen. meinem vater konnte ich meine begeisterung nicht vermitteln. vielleicht versteht mich hier jemand...

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:25

Deutschland auf dem besten Wege zur Kinderfreundlichkeit

Dieses liebevoll arrangierte Kindersammelsorium habe ich heute ganz überraschend auf meinem Weg durchs Leben entdeckt. Ganz gerührt war ich. Ich war ganz angetan, von einer solchen Nächstenlieb. Kinder sind hier willkommen. Hier sagt jemand ja zu Kindern. Wenn das mal nicht eine Zeichen für eine Trendwende ist. Ist der Deutsche doch Kinderlieber als alle glaubten? Hat er doch sein Herz für Kinder entdeckt? Das ist doch ein guter Anfang. So eine Hundeklo mit maximaler Verletzungsgefahr. Und Spielzeug, dass offensichtlich seit langem darauf wartet, entsorgt zu werden.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 20:49

Die Weißbier-Frage: quo vadis?

Ohne Entfernungsangabe eine sehr schwere Entscheidung. Wie weit, bis zum Weißbier? Links oder Rechts? Da lang, oder da lang? Oder doch besser da lang? Lieber Weißbier-Gott gebe uns eine Entscheidungshilfe.

Geschrieben von Christof Hintze um 20:45

Der Traum vom fliegen

Vom Tegelberg ins Tal. Schwangau. Freitag. 15.20 Uhr. Meine stille Bewunderung für die Überwindung sich ins Tal zu stürzen um himmlische Momente zu erleben.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 20:40

Ein weiteres meiner weltberühmten Himmelskörper-Fotos

Freitag der 6. Oktober. Gegen 14.00 Uhr. Der Wetterfrosch lag mal wieder brutal, offensichtlich, aber mal völlig daneben. Ich glaube ich muss Herrn Kachelmann wegen arglistiger Täuschung verklagen. Denn ich habe mir einen Sonnen- statt Gefrierbrand geholt. Und habe die ganzen Klamotten mitgeschleppt. Die ich unversehrt, wieder mit nach Hause geracht habe. Im Allgäu. Von Dauerregen keine Spur. Direkt neben dem Schloss Schwanstein. Genauer gesagt auf dem Tegelberg. Liebe Berliner jetzt nicht erschrecken. Hier kann man nur mit der Gondel oder zu Fuß landen. Aber der rundum Blick, hat es in sich.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 19:56

Eine Art Schreibblockade

Das Schlimmste, was einen Schriftsteller treffen kann, ist Tendovginitis. Es ist nichts, was den Kopf betrifft. In den meisten Fällen erwischt es das Handgelenk. Die erste Bewegung nach einer Ruhephase ist die Schlimmste. Wenn man das Gelenk trotz der anfänglichen Beschwerden bewegt, wird der Schmerz erträglicher. Sehnenscheidenendzündung ist eine Folge von Überanstrengung. Es tut verflixt weh, nicht schreiben zu können.

Geschrieben von in Gleichgesinnte um 10:37

Zu viel

Ich rede zu viel. Und ich schreibe zu viel. Wer so viel redet und schreibt, der muss sich ständig wiederholen und geht anderen mit seinem ständigen Gerede und Geschreibe auf die Nerven. Vor allen denjenigen, die wenig reden und ebenso wenig schreiben. Für die immer alles gesagt ist. Jedes Wort zu viel. Für die gilt: Reden ist Silber, Schweigen ist Gold.

Mir scheint es, als ob diese Menschen mit möglichst wenig Atemzügen durchs Leben kommen wollen. Nichts unnütz verbrauchen. Als ob sie nur eine bestimmte und begrenzte Anzahl von Buchstaben hätten, mit denen sie haushalten.

Ich müsste lügen, dass mich das nicht berühren würde, wenn ich merke, dass ich anderen mit meinem Gerede auf den Wecker gehe. Sie überrolle. Überfordere. Oder einfach nur nerve. Aber irgendwie empfinde ich das als meine Ausdrucksform. Die ebenso gilt wie die des Schweigens.

Dann frage ich mich immer, ob ständig Leute zu Picasso gesagt haben: "Mensch Pablo, mal doch nicht so viel." Oder zu Chet Baker: "Chet, nun hör doch endlich mal auf mit deiner Trompete."

Zudem denke ich oft: Das, was ich zu viel rede und schreibe, reden und schreiben viele zu wenig. Ein für mich gewaltiges Problem liegt in der Kommunikation. Primär in der zwischenmenschlichen. Die Menschen müssen mehr miteinander reden. Und sich Briefe schreiben. Oder ihre Gedanken aufschreiben. Das sind Skizzen der eigenen Zeit. Wie Fotos machen. Wunderbar, dass ich, wenn alles gut läuft, in 30 Jahren diese Zeilen lesen kann und mich sicherlich wegschreie vor Lachen.

Als jemand, der gerne und viel kommuniziert, in mündlicher und schriftlicher Form, sage ich euch: Sagt, was ihr denkt und sagt es genau in dem Moment, in dem ihr es denkt. Und schreibt es auf.

Mein Sohn (3 3/4 Jahre) sagte vor kurzem: "Papa, das war der schönste Tag der Welt." Ich bin so froh, dass er das gesagt hat und habe es gleich aufgeschrieben. Reden ist wie Wasser, das seinen Weg zum Ziel findet. Schweigen ist die Mauer, an der sich alles Gesagte nur staut und nirgendwo hinführt.

Eventuell denken die meisten Menschen, dass das Gedachte genügt. Warum das also auch noch sagen? Auch diese Haltung empfinde ich als problematisch. Man kann sich nicht oft genug sagen, wie sehr man sich liebt, schätzt, respektiert und gern hat. Also ich höre das gerne.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Wunderbare Welt der Logos (12)

Abertausende von Kindern haben sich von ihren Müttern, voller Stolz, dieses Logo auf die Badehose bzw. den Badeanzug nähen lassen. In der heutigen Zeit machen das auch schon mal die Tagesmütter, die Nanny, das Au-Pair oder der Papa. Häufig auch der neue Papa oder die neue Mama. Dieses Logo berechtigt dazu, endlich ins Schwimmerbecken zu dürfen. Keine Angst mehr vor dem Ertrinken. Ein rundes Stück erwachsener sein. Das Seepferdchen. Immer wieder toll.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:01

Nein! Ich spiele kein Golf!

In der Welt der Führungskräfte spielen offensichtlich alle Golf. Alle?! Alle, bis auf einen. Mich! Mit Entsetzen blicken mich oft die fragenden Geschäftsführer, Vorstände und Vize-Präsidenten an. Denn ein "Nein" ist in der Ebene eigentlich nicht anzutreffen. Unverständnis macht sich breit. Gedanken an eine Behinderung kommen auf. Irgend einen triftigen Grund muss es doch geben. Gibt es aber nicht.

Dabei ist Golf nach Aussagen aller die Rolltreppe des Erfolgs nach ganz oben. Man kommt sich so nah, wie sonst nie im Business. Alle duzen sich. Das ist so beim Golf. Und ohne dass man über das Geschäft auch nur ein Sterbenswörtchen verliert, ist man trotzdem im Geschäft.

Golf ist die Neugeschäftsmaschine Nummer 1. Sagen alle. Alle. Manchmal denke ich, kein Wunder, dass der Zustand der Wirtschaft so ist, wie er ist. Wenn alle Golf spielen, ständig und überall, und nie nur einen Gedanken ans Geschäft verlieren, kann auch nichts voran gehen.

Ich würde jeden Mitarbeiter mit einem Handycap unter 36 sofort feuern. Der ist doch mehr auf dem Golfplatz als bei der Arbeit. Ständig sind alle auf irgendwelche Turniere eingeladen. Dann veranstalten alle noch selbst Turniere, um die anderen wieder einzuladen und so weiter und so weiter.

Ich glaube, ein normnaler Geschäftsführer bekommt so 80 bis 320 Einladungen zu Golfturnieren im Jahr. Was für ein volkswirtschaflicher Schaden! Wahnsinn. Wenn man die ganzen Stunden der Führungskräfte mal zusammenrechnet, die diese auf dem Golfplatz herumtingeln. Da sind einem die Bordellbesuche von früher doch echt lieber. Die waren wenigstens nachts. Und bei weitem nicht so oft. Da kann man nur hoffen, dass die Führungskraft nicht allen Einladungen Folge leisten kann. Ich habe nichts gegen Golf. Ich finde es gar nicht schlecht, dass alle weg sind und Bälle suchen. So kann ich in Ruhe arbeiten und andere Dinge tun. Die Frauen von Golfspielern, sofern sie nicht selbst golfen, sollen sich oft sehr einsam fühlen. Munkelt man.

In Anbetracht der Wirtschaftslage der Nation wundert es mich ein wenig, dass alle Zeit zum Golfspielen finden, jedoch keine Zeit, um sich ein paar neue Ideen anzusehen. Aber nun gut. Jede Welle läuft irgendwann an einem Strand aus. Bis nichts mehr von ihr übrig bleibt. Wenn ich nur an den Tenniswahnsinn der 80er denke. Alle waren in einem Club. Alle haben gespielt?! Alle?!? Ja, alle - ich auch.

Golf lasse ich vorerst mal aus. Eventuell steige ich ein, wenn alle anderen wieder reinhauen müssen und nicht mehr dazu kommen. Da werde ich dann auf leeren Golfplätzen am Ende der Welt meine Runden drehen. Wie man heute in leeren Tennishallen alleine mit sich gegen die Wand spielen kann.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Donnerstag, 5. Oktober 2006

Heute ist ein wundervoller Tag

Die Sonne scheint. Es sind in der Sonne knapp (fast) 20 Grad. Ich habe mir gerade ein (zwei) Weißbier gegönnt. Zusammen mit meinem (aller) besten Freund. Es ist (schon) Donnerstag Mittag und ich leute einfach (frühzeitig) mal das verlängerte Wochenende ein. Wer weiß, wie lange das Wetter uns noch so verwöhnt. Es ist alles ehrlich gesagt einfach herrlich. Jetzt. Genau jetzt, in diesem Augenblick. Und nur der zählt. Wer weiß, was morgen kommt?

Die Wettervorhersage weiß es jedenfalls nicht. Die hat sich zum Glück für meinen Lebensraum jetzt schon 6 Tage hintereinander geirrt. Von Dauerregen keine Spur. Kälteeinbruch?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 15:33

Eine Homage an den Klinker

Was soll man sagen? In Gegenwart und Anbetracht eines Zeitgenossen und Zeitzeugen von einem solchen Kaliber! Der Klinker. Mit Ecken und Kanten. Klar und einfach gestrickt. Ohne Schnörkel. So einfach wie die Menschen, die sich mit ihm umgeben. Der Klinker. Er wollte nie besonders schön sein. Sein Bestreben ist die Klarheit. Wie die beliebten Getränke nach jeder schweren und fettigen Mahlzeit. Der Klinker ist wie Bochum, Essen oder Gelsenkirchen. Nicht schön, aber immer gerade. Niemand drückt so klar ein großes Zeitgefühl und das unterkühlte Temperament einer ganzen Region aus wie er. Der Klinker. Tach auch. Und: Weißt du, wer gestorben ist. Wenn man ein Logo für Hans Dieter Hüsch entwerfen müsste, dann wäre es ein vom Wetter angegrauter Klinker. Ihm wird ebenso wenig Respekt entgegen gebracht wie dem gesamten Ruhrpott. Bitter. Dabei haben beide wahrlich mehr Respekt verdient. Was die alles ausgehalten haben, liebe Bayern, das passt auf keine Kuhhaut. Also, das ist mein Versuch, dem Klinker zu seiner gebührenden Anerkennung zu verhelfen. Worauf so ein Klinker natürlich, wie seine Lebensgenossen auch, verzichten kann. Ist ihm nichts wichtig. Trotzdem. Das musste mal gesagt bzw. geschrieben werden. Freund der Wand.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Blog Lockstoff

Das Schöne an einem Blog ist, dass man oft genau an der Kreuzung der Entscheidung steht wie unsere Kunden. Somit ist immer leicht reden, wenn man von quantitativem oder qualitativem Traffic spricht. Man ist selbst davon ja nicht betroffen. Welche Menschenmassen sich dann in den Verkaufsräumen herumtreiben, nur um ein Bier und ein Würstchen abzubekommen. Kommen zu wenige, stellt man den qualitativen Traffic in den Vordergrund. Kommen viel zu viele, dann resümiert man Qualität in Quantität.

Im Blog wäre es so einfach und verführerisch, alles andere quantitativ in den Schatten zu stellen. In den Rangreihen weit vorne zu sein. Und mit Zahlen nur so um sich zu werfen. Ein guter Mix aus Sex'n Crime und Rock'n Roll und Klauen, was das Zeug hält. Verlinken bis zum Abwinken. Sich in anderen Blogs die Finger wund schreiben. Und eine 200 Meter lange Blogroll. Und weitere 200 Meter Tags. Und linken und verlinken, linken und verlinken.

Und das gängige Name-Dropping. Die Blonde Hotelerbin. Und das ganz gierige und geile Gesocks drum herum. Und kopieren, kopieren. Apfel-C + Apfel-V bzw. Strg-C + Strg-V.

Die Hölle wäre los. Aber das interessiert uns nicht. Sondern genau das Gegenteil. Wir sind genau am anderen Ende der Fahnenstange zu finden. Wir würden auch jeden Tag weiter schreiben, wenn kein Schwein uns finden, kennen und lesen würde.

Immer mit dem Ziel vor Augen, wenn nur ein einziger hier was findet, das ihm einen schönen Augenblick vermittelt, dann sind wir schon ein gutes Stück weiter.

Ganz nach dem Motto: Lieber einen echten Freund, als viele gute Freunde.

Es wäre gelogen, würde ich leugnen, dass es mir manchmal in den Fingern juckt. Aber keine Angst, ich habe mich im Griff, was das anbelangt. Glaube ich! Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:01

Can´t beat the real thing?!?

Die Cola-Flasche im Lauf der Zeit. Immer anders. Immer Coca Cola.

Die Kunst der Anpassung. Die Veränderung ist das Kontinuierliche. In unserer Wahrnehmung haben wir in der Regel immer die letzte Fassung einer Marke gespeichert. Alles Ältere ist schnell vergessen und wird schnell überlagert. Beeindruckend, wenn man die Angst in den Marketingabteilungen kennt. Bloß nichts anfassen, bloß nichts ändern, bloß keine Arbeit machen! Dabei haben alle großen und erfolgreichen Marken genau diese Wandlungsfähigkeit gemein.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Mittwoch, 4. Oktober 2006

Amsterdam

Regen und Wind. Vor allem Wind. Der dumme Tourist kauft am Bahnhof einen Schirm. Er zahlt 14 Euro 50 – oder, wenn er der ersten Versuchung widerstehen kann, zehn Euro weniger. Er kann. Aber dumm ist er trotzdem. Er weiß noch nicht, dass Schirme in Amsterdam keine Überlebenschance haben. Für einige Minuten verfällt er dem Glauben, sich hinter dem Schirm – denn der Wind bläst ihm entgegen – schützen zu können. Der Schirm kann vor dem Wind aber nur bestehen, in dem er nachgibt. Er nimmt eine aerodynamische Form an, wie ein Fisch. Auch der Tourist gibt nach und versucht den Schirm zu schließen. Aber in der gedrungenen Form des Fisches lässt sich der Schirm nicht beherrschen. Der dumme Tourist überlegt eine Sekunden lang, ob er sich vom Wind abwenden soll, aber das würde nur dazu führen, dass der Schirm umschlägt und das Innere des Fisches nach außen gekehrt würde. Die Gräten wären zu sehen und schließen ließe sich der Schirm auf diese Weise auch nicht. Inzwischen regnet und stürmt es weiter auf den Touristen ein, während sich der Fisch im Wasser recht wohl zu fühlen scheint. Der Tourist entdeckt andere dumme Touristen mit Schirmproblemen um sich herum und sieht ein, dass es so keinen Zweck hat.
In der Zwischenzeit hat er den Schirm in einem windstillen Moment schließen können.
Der Wind bleibt aber nicht still, sondern bläht sich zu einem ordentlichen Sturm auf mit Böen. Der Tourist hat Mühe an der Ecke Keizersgracht/Vijzelstraat nicht von der Straße ins Wasser gefegt zu werden. Das Gute am Wind ist, dass der Regen nicht zu spüren ist. Es ist wie ein nasser Wind, der weht. Der Tourist kommt auf die Idee, dass man ein neues Gütesiegel für Schirme entwickeln sollte: Windprooft in Amsterdam.
Im Weitergehen fallen dem Tourist die städtischen Abfalleimer auf, die mit ihren offenen Mäulern nach seinem Schirm gieren. Beim nächsten Versuch mit geöffnetem Schirm die Nieuwe Doelenstraat herunterzugehen, muss der Tourist stehen bleiben und den Schirm mit beiden Händen halten, unfähig zu sehen, was von vorne kommt, ob ein Auto oder ein Fahrradfahrer ihn übersehen würde; genauso blind wie er selbst. Er hört seitlich das Lachen einer jungen Fahrradfahrerin, die aber gerade nicht fährt, sondern ihr Fiz schiebt und im zulacht. Er macht mit seinem Schirm eine komische Figur, aber das macht ihm jetzt nichts. Er freut sich über das Lachen der jungen Frau. Wenn er nicht mit dem Schirm, dem Wind und dem Regen zu kämpfen hätte, wären rechts und links kleine Antiquitätenläden zu sehen. Aber wer ist so dumm, bei Regen vor dem Schaufenster zu stehen und in aller Ruhe die Auslagen zu betrachten. Zu dumm, denkt der Tourist, und bemerkt, dass er jetzt selbst Wasser lassen könnte – viel mehr müsste – und beschließt, seinem ursprünglichen Plan folgend, dass Van-Gogh-Museum aufzusuchen, nach dem er jetzt schon eine Viertelstunde gesucht hat. Das riesengroße Backsteingebäude vor sich sehend, glaubt er sich wieder am Central Station; es ist aber nicht der Bahnhof, sondern das Rijksmuseum. Er läuft dann weiter, verläuft sich noch einmal und läuft fast bis zum American Hotel, wo im sein Orientierungssinn zur Hilfe kommt und ihm den richtigen Weg weist. Er denkt an van Gogh und Gaugin und das Gelbe Haus in Arles. Aber dort soll das Wetter ja auch schlecht gewesen sein. Schlecht wurde in Folge dessen auch die Stimmung zwischen den beiden Malern. Es kam zu Streit und Wutausbrüchen, weshalb sich Gaugin vorzeitig zur Abreise entschloss und van Gogh sich sein linkes Ohr abschnitt. Es gibt dieses Bild: Schlafzimmer in Arles, das van Gogh 1888 aus Freude darüber, dass er sich dauerhaft im Gelben Haus in Arles niedergelassen hatte, malte. Und er war mit diesem farbenfrohen Bild so zufrieden, dass er es gleich zweimal malte. So dumm kann der Tourist also gar nicht sein; wüsste noch mehr, aber im Moment interessiert nur der Schirm, dessen Unförmigkeit im aufgespannten Zustand ihn nun nicht mehr an einen Fisch erinnert, sondern nur noch an einen kaputten Schirm, dessen Sekunden gezählt sind.
Er hätte heute Morgen zuhause bleiben sollen, denn außer ihm sind heute Morgen noch jede Menge anderer Touristen nicht zuhause geblieben. Die, die wie er nicht zuhause geblieben sind, in Amsterdam vom Regen überrascht einen Schirm gekauft haben, so wie er, und so wie er durch die Straßen geblasen worden sind, geflucht haben auf den Regen und auf den Regenschirm und auf sich selbst, die sieht er jetzt aus einiger Entfernung vor dem Van-Gogh-Museum in einer langen Schlange stehen. Er ist ärgerlich auf sich selbst und könnte sich ein Ohr…, nein, lieber wirft er das klatschnasse, zusammengestauchte Etwas von einem Schirm den städtischen Abfallbehältern zum Fraß vor. Wie schön könnte Amsterdam bei schönem Wetter sein. So schön wie Venedig; Venedig bei Sonnenschein.
Der Tourist ohne Schirm, aber mit Erkenntnis, versucht den Weg zurück zu gehen, den er gekommen ist. Seine Augen versuchen weiter die Tür zu entdecken, die Tür zu der Stadt, um dahinter das Rätsel der Stadt gelöst zu sehen. Aber diese Stadt will sich ihm so nicht öffnen. Er geht von Wind und Unrast getrieben die Gassen und Straßen ab, die er auf dem Hinweg gekommen ist. Er hat keine Lust mehr, sich zu verlaufen. Obwohl es gerade das ist, was ihm in einer fremden Stadt sonst größte Lust bereitet. Irgendwie ist ihm diese Stadt zu reklamig, zu schrill, zu kommerziell, zu oberflächlich. Und überall dieser Geruch von Rausch in der Nase. „Please smoke your Joint inside", liest er auf einem handgeschriebenen Schild auf der Terrasse eines Coffee Shops. Ja, bitte, raucht euer Gras nicht outside! Er kann es nicht riechen, ihm wird übel von dem penetranten Geruch, der ihm in den Gassen, in manchen Vierteln unablässig, in der Nase stinkt. Wenn das alles ist, an dem man sich hier berauschen kann, will er lieber in Paris oder Mailand oder sonst wo sein. Zum Beispiel in Madrid. Das denkt er gerade, als er an einem Café vorbeikommt, wo es tapas gibt und

das sich El Prado nennt. Nein, Amsterdam ist es nicht, nicht heute. Heute befremdet ihn Amsterdam, das seinen Liberalismus so offen zur Schau stellt, das die Haut seiner Frauen so rot beleuchtet zu Markte trägt. Drugs and Sex und eine Überdosis Leuchtreklame. Das Schönste an Amsterdam ist heute der Zug, der ihn nach Hause fährt.

Geschrieben von um 21:36

Irren ist menschlich

Schock?! Das ist das erste Apple Logo. Ja, ihr habt richtig gesehen. Aber, da Irren menschlich ist und man Fehler einsehen und beheben kann, gibt es heute ein uns besser bekanntes, anderes Logo. Das aber auch einen Weg hinter sich hat. Vom regenbogenfarbenen bis zu dem, das wir heute kennen. Diese Entwicklung wird sicher noch nicht abgeschlossen sein. Denn es gibt nichts, was man nicht besser machen könnte. Und alles hat seine Zeit und für alles kommt einmal die Zeit. Auch für Logos.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:03

Wunderbare Welt der Logos (11)

Man darf nicht aufhören, unablässig zu untermauern, dass Kontinuität und Konsequenz in der Werbung ebenso wenig wie integrierte Kommunikation damit etwas zu tun haben, dass alles immer gleich aussieht. Oder auf die gleiche Weise geschieht. Sondern, dass man Marken im idealen Markenlebensmittelpunkt halten muss. Die Umwelt beeinflusst Marken ebenso wie Menschen. Und dafür muss man die Marke konsequent und kontinuierlich verändern wollen und können. Das Erfolgrezept von großen Marken ist, sich immer wandeln zu können, um in jeder Zeit zeitgemäß aufzutreten. Um in jeder Zeit richtig zu liegen. Alles verändert sich, vor allem erfolgreiche Marken. Das glaubt keiner, ist aber so. Wandlungsfähigkeit ist ein starker Charakterzug großer Marken. Oder Marken, die groß werden wollen. Marken, die sich nicht wandeln können, brauchen das auch nicht sehr lange durchzuhalten. Weil sie in der Regel aus der Welt der Marken verschwinden. Auf Nimmerwiedersehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:01

Idee: Legokunst

Legosteine sind eigentlich ein gutes Material für echte Kunst. Nicht dieses Legoland Gebastel. Sondern mit dem Material arbeiten. Die Farben, Formen und die Art der Konstruktion bieten völlig andersartige Gestaltungsmöglichkeiten. Um wirklich Kunst daraus entstehen zu lassen, müsste man nur Massen davon besitzen und mit Lego eventuell Sonderanfertigungen machen können. Aber immer, wenn ich Legosteine sehe, denke ich mir: Warum hat sich noch keiner das Material wirklich und ernsthaft geschnappt und daraus wunderbare Kunst entstehen lassen?

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Dienstag, 3. Oktober 2006

Das Geheimnis der 3 Ausrufezeichen Teil 1

Warum sind auf Camingplätzen alle Maßregelungen eigentlich mit 3 Ausrufezeichen versehen. Leben da nicht die letzten wahren Ordnungshüter?

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 15:26

Das Geheimnis der 3 Ausrufezeichen Teil 2

Die letzten wenigen, verteidigten Quadratmeter auf deutschem Boden auf denen Recht und Ordnung noch wirklich was zählen, kommen bei allen Zurechtweisungen immer genau auf 3 Ausrufezeichen - warum? In der Bibel steht am Ende doch immer nur einmal Amen. Oder!!!

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 15:25

Ein weiteres meiner berühmten Flugzeug-Fotos

Der eine oder andere hat es sicher schon bemerkt. Ich knipse gerne Flugzeuge am Himmel. Warum weiß ich nicht genau. Aber immer wenn ich eins sehe und die Kamera dabei habe, dann kann ich nicht anders. Irgendetwas in mir ist, ist voller Respekt mit den fliegenden Riesen eng verbunden.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 15:22

Montag der 2. Oktober auf dem Ammersee

Auf großer Ammerseerundfahrt. Man muss seinen Gästen auch was bieten. Auf der Herrsching in 3 - 1/2 Stunde von Stegen über die Dörfer wieder zurück nach Stegen. Sehr schön war es.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 15:16

Klar und deutlich, aber eine klitzekleine Spur zu selbstherrlich

Ein humorvoll gemeinter Gruß an meinen Schwager. Der heißt nur sehr, bis ziemlich genau so ähnlich.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 15:12

Herzogstand Sonntag 1. Oktober Mittagszeit - Mal so.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 15:01

Herzogstand Sonntag 1. Oktober Mittagszeit - Mal so.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 15:01

Herzogstand Sonntag 1. Oktober Mittagszeit - Und mal so.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 15:00

Montag, 2. Oktober 2006

Gier & Habgier

Wie es eine natürliche Angst gibt, die uns seit einigen tausenden Jahren das Überleben gesichert hat und uns auf reale Gefahren angemessen reagieren lässt, so gibt es auch eine natürliche Gier, die uns antreibt. Die uns Lust macht nach mehr. Eine schöne und gesunde Lust. Denn ohne Antrieb kein Vortrieb. Die Gier hat auch einen Sinn. Man sorgt nicht nur für sich selbst, sondern häuft so viel an, dass mehrere davon profitieren können. Das ist nur fair, wenn man zum Beispiel arbeitsteilend agiert. So müssen sich Andere darauf verlassen können, dass der Jäger genügend für alle erbeutet. Dafür halten diese ihm den Rücken frei oder kümmern sich um das Rudel, die Mitarbeiter, die Kunden und alles andere. Die Telefonistin und die Buchhalterin leben von der Gier ihrer Chefs.

Die Habgier hingegen ist destruktiv. Denn diese ist maßlos und sinnlos zugleich. Denn einige Wenige haben viel zu viel von etwas, das offensichtlich an einem anderen Ende vielen fehlen muss. Wenn nicht sofort, dann später. Die Habgier bringt das biologische Gleichgewicht unserer Wirtschaft in eine völlige Schräglage. Und wirkt sich langfristig deshalb auch zerstörerisch und destruktiv aus. Sie erzeugt Unverständnis, Frust, Neid und Missgunst. Sie schürt Hass und Verzweiflung, bei all denen, die unter der Habgier anderer leiden.

Schon beim Monopoly Spielen, fällt einem unschwer auf, dass das Spiel keinen Spaß mehr macht, wenn einer alles hat und alle anderen Millionen von Schulden. Der Übergang von Gier zu Habgier ist fließend. Deshalb gilt es, sich immer wieder selbst zu kontollieren. Reset zu drücken. Manchmal muss man ankurbeln, meist ein gutes Stück zurückrudern.

Dabei hilft es auch langfristig nicht, sich in den Ghettos der Habgierigen zu verstecken und verbarrikadieren. Der 11. September, die Brandanschgläge von Los Angels, die viele kriminellen Übergriffe, die sich ständig erhöhenden Schutzmechanismen. All das zeigt, wohin Habgier führt.

Wenn ein Papstbesuch oder jedes Gipfeltreffen demokratisch gewählter Vertreter eines Volkes zu einer Hochsicherheitsveranstaltung wird. Zu einem großen Sicherheitsrisiko. Wenn man Fußball-Weltmeisterschaften beschützen muß, wie Gemeingefährliche in der geschlossenen Psychiatrie, dann stimmt etwas nicht.

Da scheint es der ein oder andere mit der Habgier nach Geld, Macht und Recht bei weitem überzogen zu haben. Da sollte man mal einfach den "Respekt-Knopf" drücken und das System reseten. Das würde Wunder bewirken und sicherlich helfen.

Aber leider ist die Habgier in der Regel stärker. Sie ist eine Sucht. Und wie jede Sucht, eskaliert der Wunsch des Süchtigen nach einer Befriedigung, die ihm die Sucht selbst nie verschaffen wird. Ein Irrweg.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:02

Image ist fast alles

Da ist man der Eintänzer einer ganzen Generation, bekommt deshalb keine Rollenangebote mehr und dann das: Der Patrick Swayze der 70er. Verschollen. Verschwunden. Nicht vermisst. Denn er hatte die eine Rolle seines Lebens schon. Und niemand wollte ihn in einer anderen sehen. Geschweige hätte man sich nur im entferntesten vorstellen können, dass er etwas anderes machen könnte. Über 20 Jahre Totenstille und dann der Film. Die Auferstehung. Der Wandel. Das neue Image. Cool hat ein Gesicht. Ein neues. Es musste 20 Jahre altern und die Diskozeit erst völlig hinter sich lassen, damit es zu einer solch fulminanten Auferstehung kommen konnte.

Image ist eben fast alles. Und an John Travolta kann man sehen, zu was Image fähig ist. Wenn man mal eins hat. Und wenn man mal keins mehr haben will. Oder ein neues. Nichts dauert länger, ist aufwendiger und teurer als ein Imagewandel. Nur Wenige schaffen das überhaupt. Deshalb ist Image so wichtig. Vor allem das richtige.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Andersartig

Das haben wir immer so gemacht!

Diesen Satz muss ich leider noch viel zu oft vernehmen. Man kommt nicht weiter, oder eine Situation verschlechtert sich bei gleichem Vorgehen. Aber der Mensch hält am Gewohnten und nicht mehr Bewährten trotzdem weiterhin fest.

Herr Fosbury hat genau diese Denkgewohnheit durchbrochen. Indem er, um weiter zu kommen, einfach mal ganz anders an das Selbe herangegangen ist. Und siehe da: Er hatte Erfolg. In einer Zeit, als alle noch mit der Brust zuerst die Stange überquerten, zog er es vor, mit dem Rücken voraus zu springen. Sein Weltrekord und Olympiagold gaben ihm recht. Seitdem springt keiner mehr mit der Brust zuerst über die Hochsprungstange. Also keiner in einem Wettbewerb. Das Undenkbare ist zur Gewohnheit geworden. Und mir ist bis heute unverständlich, wie ganze Unternehmen, ohne den Versuch unternommen zu haben, einfach zu ändern, was nicht mehr funktioniert, dem drohenden Ende mit offenen Augen immer weiter entgegen schreiten.

Immer den selben Satz vor sich her murmelnd:

Ja, aber das haben wir doch immer schon so gemacht!

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Sonntag, 1. Oktober 2006

deutschland. ein sommermaerchen 49: stegen am ammersee

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:04

"Wenn der Aperitif teurer ist als der Stuhl..."

Gastrokritiker Wolfgang Abel im Interview mit der SZ vom 2.9.06

SZ: Seit zwanzig Jahren wettern Sie in Ihren Restaurantkritiken über den gemeinen Plastikstuhl. Freut es Sie, dass die Straßburger beschlossen haben, Plastikstühle aus der Stadt zu verbannen?

Abel: Eher nicht. Mir geht dadurch ein Indikator verloren. An Plastikstühlen kann ein Restaurantkritiker eine Menge ablesen. Sie sind ein wichtiges Zeichen für das, was in der Küche geschieht. Aus der Plastikstuhldichte ziehe ich Rückschlüsse auf die kulinarische Qualität.
In einem Plastikstuhlrestaurant wird man kaum gut essen können. Vielleicht jugoslawische Küche, Jägerschnitzel, Toast Hawaii. Und die üblichen Döner. Der Stuhl steht für die Einstellung des Wirts. Wenn er ohne Aufwand flüssig abkassieren will, stellt er sich Plastikstühle vors Haus.

Geschrieben von Peter von Felbert in Spontaneitäten um 18:34

Freitag, 29. September 2006

Freund: Peter

Geschrieben von Christof Hintze in Freunde um 19:15

Das ist mal eine fundamentale Entwicklung aus den USA

(Zitat aus dem Handelsblatt) ... stimmten...40 Prozent der Befragten der Aussage zu, fast ebenso viele (39 Prozent) lehnen den Evolutionsgedanken jedoch geradeheraus ab...

...In den USA scheint sich in der Bevölkerung bei dem Thema zudem eine zunehmende Unsicherheit breit zu machen: So stieg die Zahl derer, die sich „nicht sicher über die Evolution“ sind, von sieben Prozent im Jahr 1985 auf 21 Prozent im Jahr 2005... (Zitat Ende).

Somit darf man davon ausgehen, dass im Jahr 2015 in Amerika kein Mensch mehr von Darwin überzeugt ist, sondern alle glauben das Gott den Menschen geschaffen hat. Bush sei Dank.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 17:56

Durchsetzungskraft

Viele haben viel vor. Aber nur wenige erreichen, oder übertreffen das, was sie sich eigentlich vorgenommen haben. Viele wagen es einfach nicht, große Träume zu haben. Haben Angst diesen nicht gerecht werden zu können. "Ich kann das nicht!" höre ich oft. Zum anderen befürchten viele zu versagen. Das Schuldgefühl, sich und andere zu enttäuschen, hält sie ab. Sie befürchten etwas nicht verdient zu haben und es deshalb niemals erreichen zu können.

Aber da wo Willenskraft ist, da wo ein fester Glaube an die eigenen Träume manifestiert ist, da wo die Angst der Hoffung weicht, da kann Wunderbares entstehen. Quincy Jones ist so jemand für mich. Sein Lebenswerk in allen Dimensionen zu überfliegen bedeutet immer wieder einer Gesetzmäßigkeit zu begegnen. Dem unbedingten Willen. Der Durchsetzungskraft. Immer begleitet von der Gefahr zu scheitern, hat er so viel wunderares geschaffen und erreicht. Und nur er weiß, woran er zugleich bis heute gescheitert ist.

Denn das ist das verrückte an der Durchsetztungskraft. Die Welt sieht nur die Spitze des erreichten. Dass diese Spitze auf einem ganzen Eisberg von Niederlagen steht, berücksichtigt niemand. Aber ich bin mir sicher, wenn ich Quincy Jones fragen würde:
Wie wichtig ist das Scheitern für den Erfolg?
Dann würde er antworten: Das Wichtigste.

Aber niemand würde es glauben. Und viele würden sich weiterhin nicht mehr zutrauen, weil sie so große Angst vor dem Scheitern haben. Verrückte Welt.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Überwindung

Charles Lindbergh ist einer der Pioniere der Luftfahrt. Er hat Kopf und Kragen riskiert um die Entwicklung einzuleiten, von der wir heute alle profitieren. Wenn es Menschen wie ihn nicht gegeben hätte, würde es noch heute keine Kondensstreifen am Himmel geben.

Ich frage mich dann immer, welche Überwindung es wohl gekostet hat. Sein eigenes Leben ständig an einen seidenen Faden aufzuhängen. Alle diese Risiken und Gefahren, die es immer wieder nötig machten den Mut zusammen zu nehmen und sich zu überwinden.

Wenn man dann bedenkt, dass sein Kind ihn rückblickend noch berühmter gemacht hat als sein Bereitschaft, Grenzen zu überwinden. Die Lindberg Kind Entführung. Das macht das Ganze für mich noch beeindruckender. Er gibt der Forschung und Entwicklung sein eigenes Leben und was macht die Gesellschaft? Einer aus ihr entführt zum Dank sein Kind.

Was denkt so jemand, der bereit war, alles zu geben? Die unendliche Empörung darüber drückt sich bis Heute darin aus, dass noch viele bei dem Namen Lindbergh, an die Entführung seines Kindes denken.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

Verantwortung

Wenn Steven Spielberg damals gewußt hätte, dass er mit dem Film "Der weiße Hai" für die Ausrottung einer Spezies auf diesem Planeten verantwortlich ist, hätte er ihn trotzdem gedreht?

Ich glaube ja. Der Publikumserfolg wäre ihm eine Spezies weniger Wert gewesen. Der Hai wird nicht mehr lange seine Bahnen durch die Weltmeere ziehen. Die Angst die mit ihm verbunden ist, hat ihn zum meist gehassten Tier gemacht.

Ein Hass, der direkt verbunden ist mit nur einem Film. Der weiße Hai. Dieser Film hat eine solche Panik ausgelöst, dass Menschen sogar Angst hatten im Schwimmbad unterzutauchen. In Baggerseen hatte man Todesangst, dass etwas aus der Tiefe einem den Körper zerfetzen würde. Mit diesem Film ist die Todesangst in alle Gewässer eingezogen und in das Bewußtsein der Menschen.

Nur ein toter Hai ist ein guter Hai. Der Hai ist somit zum legetimen Monster geworden. Zur Ausrottung frei gegeben. Vor dem Hintergund, dass Steven Spielberg einer Relegionsgemeinschaft angehört, die mit diesem Thema mehr als alle anderen Relegionsgemeinschaften behaftet sind, ist das noch bedrückender.

Dieser Film war aus Sicht der Haie unverantwortlich. Nur die hatten keine Lobby. Und der Erfolg des Filmes trug den Rest dazu bei. Ich glaube Coppola, Kubrik und viele andere hätten den Film nicht gemacht. Sie hätten darauf verzichtet. Weil sie sich moralisch in allen Filmen immer verantwortlich gezeigt haben.

Spielberg hat das in die Filmwelt eingeführt, was man in der Wirtschaft heute Shareholder Value nennt. Der Profit steht vor allem anderen. Die numerischen Fakten stehen weit über den emotionalen. Spielberg hat an der Kinokasse recht wie kaum ein anderer. Aber der Preis dafür ist nicht gering.

Wir verlieren den imposantesten, elegantesten und erhabensten Jäger der Weltmeere. Der Löwe der Meere verabschiedet sich, weil nur ein Mensch für einen Moment nicht aufgepasst hat, oder das billigend in Kauf genommen hat.

Somit hat Herr Spielberg, der uns so viele fantastsiche Filme geschenkt hat, leider den Hai auf dem Gewissen. Ob er das will oder nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Donnerstag, 28. September 2006

Ich höre gerade James Morrison

"You give me something" heißt der Song und I give you to something ist dieser Link.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 15:42

Kleine Idee mit großer Wirkung - Architektur

Die moderne Architektur ist undenkbar verbunden mit zwei Ideen. Nichts was die Silhouette von Metropolen heute kennzeichnet, wäre denkbar, wenn es nicht Beton und Fahrstühle geben würde. Der Fahrstuhl fristet in seiner revolutionären Wirkung ein stilles Dasein. Dabei ist es gerade er, der alles das möglich gemacht hat, was man heute bewundert bis hin zu anhimmelt. Denn niemand wäre dazu zu bewegen gewesen, höher als 5 Stockwerke zu Fuß zu steigen. Erst der Fahrstuhl hat der Fantasien der Architektur nach oben alle Türen geöffnet.

Der Fahrstuhl ist der heimliche, ungekrönte König der modernen Architektur. Was mit ihm alles erst denkbar und machbar wurde, kann man auf der ganzen Welt bewundern.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 10:26

Reduzieren

Es gibt von allem viel zu viel. Und es wird täglich mehr. Wie ein Mohrenkopf in der Mikrowelle. Das gleiche wiederfährt auch der Werbung. Botschaften müssen immer mehr verstärkt werden um wenigstens den Versuch unternommen zu haben, die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu erreichen. In dem alles mehr wird, verliert sich aber die Kommunikationswirkung völlig. Die Ansprache wird immer rüder, lauter, dümmer und greller.

Der Weg heraus aus dieser falschen Interpretation von Werbung, ist die Kehrtwende. Weg von der Aufmerksamkeit hin zur Wirkung. Das Reduzieren auf das Wesentliche. Das Schöne. Das Richtige. Die Relevanz. Den Nutzen. Mit so wenig wie möglich, viel mehr aussagen. Somit versärkt man die Werbewirkung ungemein und verliert zwar an signalhafter Aufmerksamkeit. Aber wer will schon herumlaufen wie ein bunter Hund?

Der Meister der Reduktion ist dieser Herr: Marlon Brando, in dem Film Apocalypse Now. Mehr kann man mit so wenig nicht aussagen, als in dieser legendären Szene:

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:02

Kultur Privat Event Idee (ca. 10 Personen)

Beamer, eine Wand im Freien, DVD "Fahrstuhl zum Schafott" (Louis Malle), gute Akustik, guter französicher Wein. Ein paar Freunde (nicht mehr als 10). Eine erlesende Käseplatte dazu und andere leckere Kleinigkeiten. Bequeme Sitz-, oder Liegepositionen. Und dann einen wunderbaren Filmabend machen. Die Musik des Films ist von Miles Davis. Die sollte man für nachher als CD haben. Um nach dem Film, im Nachgang, diese wie den exzellenten Abgang eines Weins noch einmal Revue passieren zu lassen. Somit kommen an einem Abend eine Fülle von Meisterwerken zusammen, die so gut wie alle Sinne verwöhnen.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Mittwoch, 27. September 2006

weite welt 37: luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:25

weite welt 36: luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:24

weite welt 35: luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:23

weite welt 34: luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:22

weite welt 33: assuan, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:17

weite welt 32: assuan, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:16

weite welt 31: luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:15

weite welt 30: luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:14

weite welt 29: luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:12

weite welt 28: theben, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:10

weite welt 27: luxor, aegypten

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:08

Ganz üble Anzeige, da schüttelt es einen ja richtig!

Da blätter ich am Wochenende so durch DIE ZEIT von letzter Woche, denke an nichts Schlimmes, und dann das: Da seilt sich keine Handgroße Spinne zu mir ab. Oder die Toilette ist verstopft und läuft über und mir kommt alles hoch, was man eigentlich nie mehr wieder sehen wollte. Kein plötzliches Nasenbluten, verbunden mit Schmerzen im linken Arm und Herzstichen. Nein, viel schlimmer. Sehr viel Schlimmer. Ohne Vorwahnung trifft mich diese Anzeige, die mir ins Auge sticht wie ein Dartpfeil, den einer aus Versehen in meine Richtung abgefeuert hat. Mir bleibt die Luft weg, als ob Mike Tyson mir auf den Solarplexus gehämmert hätte. Ich werde rot, als ob ich plötzlich nackt mitten in der Stadt stünde. Schamhaft verdecke ich die Anzeige, damit meine Kinder sowas nicht sehen müssen. Und dann sagen: "Du Papa, was ist!?" Und Mama ruft ihnen zu: "Das ist eine Azeige, sowas macht der Papa auch!"

Gott ist mir das peinlich. Wer darf in der Öffentlichkeit so respektlos mit seiner Zielgruppe umgehen? Das ist ja beschämend. Mir wird ganz warm. Ich eile in die Küche und hole eine Schere. Meine Frau fragt: "Was machts Du?" Und ich antworte: "Nichts mein Schatz, gar nichts!"

Wo ist der Ethikrat?
Wo ist die Arbeitsgruppe, die sowas verhindert?
Warum höre ich nichts vom Werberat?
Warum gibt's keine Kommission, die hier eingreift?
Europa?
Europa!
Da gibts doch sicher eine 400 Seiten lange Verordnung über die moralische Verantwortung in der Kommunikationslandschaft!
Das Grundgesetzt?
Da muss doch ein Passus drin sein, der sowas verbietet!
Da reden wir in Deutschland über Integration und Toleranz und dann sowas!
Aus den eigenen Reihen!
Ich bin konsterniert.
Und mir sicher: die Agentur kann nichts dafür.
Die ist (heißt?) Jung und braucht Geld.
Das muss man verstehen.

Liebe über 3-Jährige: die Postbank verarscht eure Omas und Opas. Wenn ihr mal groß seid, dürft ihr das nicht auf euch sitzen lassen.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 10:04

Selbstbewusstsein

Sich über seine eigenen Stärken völlig im Klaren zu sein. Von diesen vollkommen überzeugt sein. Diese absolut in den Vordergrund stellen. Sich aber trotzdem im Hinterkopf immer seiner Schwächen bewusst sein. Mit den Mitteln der Stärken ein Ziel erreichen und nicht durch den negativen Einfluss der Schwächen dieses Ziel gefährden. Die Angst, mit seinen Schwächen verlieren zu können, durch die Euphorie, mit seinen Stärken gewinnnen zu werden, tauschen. Das hat man. Oder man es muss unbedingt lernen.

Denn wer im Bewusstsein seiner Stärken lebt, hat einen viel besseren Tag als derjenige, der in der Furcht vor seinen

Schwächen gerade mal so durch den Tag kommt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:02

Gute Werbung hat große Vorbilder (7)

Sir Peter Ustinov = Grenzenlos

Immer über alle Grenzen hinaus schauen, gehen wollen und können. Alle Grenzen überwinden. Immer weiter gehen auf dem Weg der neuen Entdeckungen und Eroberungen. Nie stehen bleiben. Immer dazu lernen. Sich selbst in den Dienst einer verbindenden, viel größeren Sache stellen. Bei alledem immer Mensch und menschlich bleiben. Nie die Verbindung zu den Menschen aller Art verlieren. Respekt vor dem eigenen Leben und seinen vielen Möglichkeiten haben. Alles wagen. Immer die Chancen nutzen. Und vor allem geben. Den Reichtum, den man angesammelt hat, weiter geben. Er ist ein großes Vorbild dafür, täglich über Grenzen hinweg zu denken und zu handeln.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:01

Terminsache

Früher habe ich jeden Termin für bare Münze genommen. Und habe, um den nötigen Freiraum zu schaffen, Termine hin und her manövriert. Bloß keine Überschneidungen. Denn im Terminplan musste Ordnung herrschen. Am Anfang der Woche wollte ich wissen, wo ich am Ende raus komme.

Die Organisation war eigentlich immer ein heikles Unterfangen. Wie oft habe ich Urlaube verschoben? Unzählige male. Mehrmals täglich sah die Lage der Dinge wieder völlig anders aus.

Irgendwann dann, nervte mich das so sehr, dass ich anfing, Termine Termine sein zu lassen. So dass ich Zeiten doppelt und dreifach belegt habe. In der stillen Gewissheit, dass sich das ohnehin noch hundert mal ändert. Am Ende wird das schon passen. Die Unverbindlichkeit im Einhalten von Terminen ist eine Konstante geworden. Deshalb dient der Termin nicht mehr wie viel früher als Orientierung.

Heute so, morgen so.

Seitdem ich die Termine laufen und sich selbst ordnen lasse, habe ich zum einen die gesamte Organisation, die damit verbunden war, abgeschafft. Und siehe da: Bis auf maximal 2x im Jahr passt es immer. Das ist oft wie Fügung. Da ich zudem ohnehin montags und freitags keine Termine mache, konzentriert sich eine mögliche Überschneidung auf nur 3 Tage. Und da ich primär Termine erst gegen Mittag bis maximal 17.00 Uhr entgegen nehme, habe ich das Gefahrenfeld noch mehr eingedämmt.

Teriminprobleme habe ich seit 6 Jahren somit eigentlich keine mehr. Und heute schreibe ich darüber, weil es heute fast eine Überschneidung gegeben hätte. Aber eben nur fast. Der eine Termin hat sich dann doch noch, wie immer, auf nächste Woche verschoben.

Private Termine sind gesetzt und alle Termine mit unveränderbarer und meist hoher Priorität. Aber in meiner Welt gibt es davon eventuell 10 im Jahr. Das wars. Der Rest kommt, wie er kommt. Das Problem bin ich wenigstens los.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Dienstag, 26. September 2006

Sie kommen nie wieder

Ebby Thust in seinem allerletzten Krampf. In wirklich ganz feiner Gesellschaft. Eine Überblick über seine schwersten Kämpfe. Ein echtes Schwergewicht des Minderwertigkeitskomplexes. Schwere Kindheit. Schwere Zeit. Schweres Umfeld. Schwerer Junge. Mit aller Gewalt in die Öffentlichkeit. Immer nah am wirklichen Ruhm vorbeigehauen. Immer in der stillen Hoffnung, dass von den wirklichen Stars doch was in seiner Ringecke hängen bleiben muss. Tut es aber nicht. Eine Hommage an einen Gescheiterten, der aber nie liegen blieb. Aber stehend auch keine bessere Figur machte.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 20:41

Gute Werbung hat große Vorbilder (6)

Stenmark = Gewinnen

Die Älteren unter uns kennen den ersten Seriensieger. Noch bevor Robbie Nash 10 x Surf-Weltmeister oder Michael Schuhmacher 7 x Formel 1 Weltmeister wurde, da gab es schon einen, der immer gewonnen hat. Der die Welt des Treppchens nur von oben kannte. Und das im Slalom. Noch ohne Kippstangen und ohne den ganzen technischen Firlefanz. Für alle, die es nicht wissen. Beim Slalom reicht es nicht aus, einmal schneller als andere all die Tore zu umkurven. Das Ganze muss einem gleich 2 x gelingen. Ingemar Stenmark war der erste Seriengewinner. Und war dabei so unscheinbar wie ein Serienkiller. Somit haben seine Zurückhaltung, seine Unscheinbarkeit, seine Demut, seine Höflichkeit, sein Understatement ebenso großen Anteil an seinen vielen Siegen. Ein Schwede. Du alter Schwede, würde man heute sagen. Aber seine Art, mit Erfolg umzugehen ist bis heute ebenso vorbildlich wie undenkbar. Er hat immer den sportlichen Erfolg sprechen lassen. Alles andere hätte ihn von selbem offensichtlich nur abgehalten.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:03

Pepe - Das einzige Bild eines Unsterblichen

Das ist Pepe. Er hat mir Boulespielen beigebracht. Es war 1975 und 1976. Dann ist er verstorben. Danke. Er hat mir nicht ein Spiel beigebracht, er hat mir etwas für das Leben mitgegeben. Bis heute. Das ich weitergeben will.

Eigentlich beginnt hier eine längere Geschichte. Viel länger als die üblichen Blogeinträge. Deshalb habe ich mich entschieden, ein Buch darüber zu schreiben. Es ist eine und zugleich meine Geschichte, handelt von der Generation davor und ist für die Generationen danach. Inspiriert wurde ich durch die Tatsache, dass der einzige Mensch, dem ich in jungen Jahren begegnet bin und der mir als Deutschem gegenüber einen triftigen Grund gehabt hätte, Ressentiments zu haben, der netteste von allen war. Er hieß Pepe, hatte eine Nummer auf die Innenseite des linken Unterarms tätowiert. Ich war gerade mal 10 Jahre alt und er war schon über 70. Südfrankreich. Sommer. Und ein Boulesplatz.
Ich möchte nicht zu viel vorwegnehmen, aber es ist die amüsant erzählte Geschichte von kollektiver Schuld und kollektiver Unschuld. Ich möchte keinen Finger der Moral erheben. Denn er hat das auch nicht getan. Es geht darum, was eine Generation der nächsten mitgibt und so weiter. Warum ich Joe Dassin kenne, Jaques Tatis, den Film "Kinder des Olymp". Warum ich frankophil bin. Warum meine Eltern einen Citroen fuhren und einen Peugeot. Meine Brüder Simca Talbot und einen R5. Warum viele eine Ente wollten. Pernod. Gitanes. Paris. Baguette. Jean Gabin. Lino Ventura, Yves Montand....

Warum Frankreich sich bis heute wie eine Zicke verhält und wir unfähig sind, uns einfach gebührend so zu entschuldigen, dass wir viel besser in eine gemeinsame Zukunft blicken können. Es ist schon eine liebe Müh mit der Vergangenheitsbewältigung, vor allem wenn nicht offen darüber gesprochen wird. Deshalb das Buch. Auszüge und Kapitel werde ich vorab natürlich hier veröffentlichen. Denn eure Meinung ist mir viel wert. Ich versprech euch gute Unterhaltung, aber eine Menge Nachdenkliches und Überlegenswertes zwischen den Zeilen.

Geschrieben von Christof Hintze in Das Spiel um 07:02

Es liegt in unseren öffentlichen Händen

Das war Freitag der 8.September, gegen 15.40 Uhr, bei 26,5 Grad in einem Freibad.

Als ich an diesem besagten Tag mit meiner Familie das Freibad besuchte, ereilte mich manchmal das Gefühl, es handle sich um meinen Swimmingpool. Denn bis auf den Bademeister waren wir gänzlich alleine. Das ist zum einen schön, macht im Laufe des Nachmittags aber nachdenklich.

So dass wir sehr erfreut waren, als wenigstens so 10 weitere Personen sich nach und nach einfanden. Es sind in Summe 3 Pools. Kids, Nichtschwimmer und Schwimmer. Es gibt Liegen, Liegewiesen, Duschen, innen und außen. Eine Gastronomie mit einem ansehnlichen Milchkaffee und vielem mehr.

Die Frage, die sich mir beim Sonnenbad im Schwimmbad aufdrängte war: Wo sind die bloß alle? Da investiert und agiert unsere öffentliche Hand in einer solch gelungenen Art und niemand nutzt dieses atemberaubende Angebot. Nun gut, wenn 82 % der Bevölkerung als bevorzugte Freizeitbeschäftigung Fernsehen angibt, 40% im Internet surft, 78 % der Kids mit Computerspielen spielen und eine nicht unerhebliche Menge einer Tätigkeit nachgeht, dann wird einem einiges klar.

Meiner Frau kamen sofort die gängigen Verbesserungsvorschläge in den Sinn: buntere Fliesen und ähnliches. Denen ich immer mit dem öden Freizeitangewohnheiten der Menschen hier zu Lande entgegen trat. Ich sage: Das hier ist alles okay, wer einen an der Waffel hat sind die Menschen hier zu Lande, die anstatt ein paar Bahnen zu ziehen (Im Schwimmbad, wie sich wohl versteht), lieber passiv vor dem Bildschirmen aller Arten abhängen. "DU DOCH AUCH!!!! Entgegenet meine Frau. "DU...

Dem konnte ich nur entgegnen: Und das hier, ist das alles nur eine Bildschirmauflösung? Hä???? Ich stelle ja nur fest. Das Schwimmbad hat kein Problem. Die öffentliche Hand hat eins. Und das sind wir. Wir können uns diese wunderschönen Orte nicht mehr leisten. Außer man könnte hier bloggen, eine Playsation anschließen, im Internet surfen, auf einem dieser ominösen Public-Viewing Plätze zurückgreifen: Bundeslige Live im Pool. Oder so.

Das fand meine Frau total doof und plädierte weiterhin für bunte Kacheln und ich sagte "Sollst du haben" und holte mir mein erstes Bier.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Montag, 25. September 2006

Das ist doch der reine Selbstmord. Aber schön!

Ohne Airbag vorne. Ohne Airbag hinten. Ohne Seitenairbag vorne. Ohne Servolenkung. Ohne Multifunktionslenkrad. Ohne DVD-, CD und Kassettenlaufwerk. Kein MP3 Eingang. Ohne Seitenairbag hinten. Ohne Seitenaufprallschutz. Ohne ABS. Ohne ESP. Ohne DSC. Ohne Knautschzone. Ohne Nackenstützen. Ohne Klimanalage. Ohne Navigationssystem. Ohne Sitzheizung. Ohne Standheizung. Ohne 3-Punkt-Sicherheitsgurte. Ohne Xenon-Licht. Ohne Bordcomputer. Ohne elektrisch verstellbarem und beheiztem Außenspiegel. Ohne elektrisch verstellbarer Fahrer- und Beifahrersitz mit Memoryfunktion, Ohne Alramanlage. Ohne elektronischer Wegfahrsperre. Ohne intervall Scheibenwaschanlage. Ohne Regen-Sensor. Ohne Service-Anzeige. Ohne fast alles.

Diesem Auto fehlt es an allem. Und wirkt dabei aber so, als ob ihm rein gar nichts fehlt. Klingt komisch ist aber so.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 11:27

Ein weiterer Top-Favorit zur Wahl: Das aber mal ganz, ganz üble Plakat des Jahres

Ist das nicht schlimm? Und das Schlimmste ist: Wenn man die Verantwortlichen zur Rede stellen könnte, würden sie einem lang und breit erklären, wie super das Plakat funktioniert. Das ist das Schlimmste an der Werbung, man kann behaupten, was man will. Und alle fühlen sich dabei auch noch im Recht. Wo kein Kläger, da gibt es auch nichts zu beklagen. Dann kommen noch die dummen Ausreden dazu: Kein Geld, kein Briefing, kleiner Kunde, kein Budget, keine Möglichkeiten. Konservative Zielgruppe. Problem über Problem. Als ob das ein triftiger Grund wäre, etwas so Übles in der Öffentlichkeit kund zu tun. Das ist ein weiter Beweis von: Wir können leider nicht anders. Denn so übel kann es genauso ausgehen, wenn viel Geld, großes Budget, ausführliches Briefing, großer Kunde und alle Möglichkeiten vorhanden waren. Beispiele gibt es überall zu beklagen. Das davon am schlimmsten betroffende Medium ist aber noch immer, in meiner Wahrnehmung, das Radio. Diesem Medium spielen die Werbungtreibenden ganz übel mit. Das hat es nicht verdient. Wirklich nicht. Ebenso wie diese arme, arme Plakatstelle. Die kann sich gegen so einen Mist nicht wehren.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 11:08

40 Wagen westwärts

Als ich dieses Arrangement erblickte, kam mir zeitgleich dieser schräge und absurde Gedanke. Was ist nur in meinem Kopf los, dass ich bei diesem Anblick an einen alten Western denke? Ich kann eben einfach nicht anders, habe ich dann fest gestellt.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 11:04

Ein gutes Haar an Düsseldorf gefunden

8 1/2 Jahre habe ich in Düsseldorf gelebt. Und gearbeitet. Und gewirkt. Jetzt war ich mal wieder auf Besuch. Dabei habe ich den schönsten Ort für euch festgehalten. Zwischen Zicke und Marienplatz. In der Zicke habe ich ungefähr 234 Käseplatten verdrückt und dazu reichlich Wein getrunken. Und auf dem Marienplatz Boules gespielt. Der Karlsplatz und der Rhein sind auch nur ein Katzensprung entfernt. Das Miles Smiles. Ein wunderbarer Ort, hier in der Ecke habe ich mich immer sauwohl gefühlt.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

C-to-C

Das Blog. Was soll das? Wohin führt das? Was bringt das?

Viele Fragen, eine einfache Antwort: weil sich alles entwickelt. Mal vor und mal zurück. Aber immer weiter. Deshalb entwickelt sich auch die Kommunikationslandschaft. Das hat sie immer getan. Denn wenn Menschen sogar gegen Penicillin resistent werden könnnen (bei zu häufiger Einnahme), was meinen Sie, was bei dieser Dauerberieselung der bekannten Kommunikationsformen passiert?

Bekannte Formen bis dato sind:

Business to Consumer (B-To-C)
Business to Business (B-to-B)

Und neu hinzu gekommen ist nun:
Consumer to Consumer (C-To-C)

Das bedeutet, da draußen sind Millionen von Konsumenten, die sich mit Millionen von Konsumenten, in Millionen von Blogs austauschen. Über dies und das. Ob das Business das will oder nicht. Die geben ihre nicht repräsentative Meinung zum Ausdruck. Und das täglich. Die sagen, ohne gefragt zu werden, was sie toll oder nicht so toll finden.

Das ist nichts weiter als die nächste Evolutionsstufe der Kommunikation. Und was hat die Evolution uns gelehrt? Wer sich nicht anpasst oder echt sexy ist, geht baden.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Sonntag, 24. September 2006

The Waldorf Playstation 4 ist da. Are you the king?

This the real hammer. Draußen und live. Exremschach Version 3.4. Take the Dame. Hit the Turm. Erst ab Sonnenaufgang. Und nicht nach Sonnenuntergang.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 17:18

Freitag, 22. September 2006

Wreitag, 22. Weptember: Wieder wunderbares Wiesn Wetter!

Geschrieben von Christof Hintze in München um 09:53

Donnerstag, 21. September 2006

Solidarbeiträge für die Natur

Man spricht in der Weltpresse viel über das Klima. Vor allem Zeitungen haben besondere Seiten auf denen besonders viel über das Klima zu lesen ist. Es gibt die Börsenseite für das Börsenklima. Die Wirtschaftsseite für das Investitions-, Arbeitsmarkt- und Standortklima. Die Handelsseite für das Exportklima. Weitere Seiten bieten Raum für das politische oder das soziale Klima. Allen Seiten ist eines gemeinsam: sie atmen Wachstum und Konsum und sie haben ihren festen Platz. Jede Tag, jede Woche, jeden Monat.
Wann kommt der Tag, die Woche, der Monat an dem eine Zeitung oder ein Nachrichtenmagazin auch unserem Weltklima einen Platz einräumt. Wann wird endlich die Umweltseite geschrieben?
Damit ist kein erweiterter Wetterbericht gemeint, sondern eine Seite, die uns regelmäßig und selbstverständlich Zahlen, Daten und Entwicklungen vor Augen führt, die Entscheidungshilfen sein sollen: dem Unternehmer Koordinaten für ein nachhaltiges Wirtschaften. Dem Privatmann Koordinaten für ein umweltbewußtes Haushalten. So wie es einen Aktienindex gibt, könnte es einen Ökoindex geben.
Für mich gehört eine Umweltseite zur allgemeinen Meinungsbildung unbedingt dazu. Allein das Vorhandensein einer solchen Standardseite hilft, das Umweltbewußtsein noch zu schärfen und die lebenswichtigen Themen im Gespräch zu halten.
In einer Zeit der ökonomischen Rezession hat die Ökologie zwar mal wieder keine Konjunktur. Aber auch wenn die Umweltprobleme von anderen aktuellen Ereignissen aus den Schlagzeilen verdrängt werden, sind sie weiterhin vorhanden und nicht minder wichtig.
Abgesehen davon, könnte die journalistische und verlegerische Pioniertat die Umweltseite zu etablieren jedes gute Blatt noch besser machen.
Wer den Quantensprung schafft, schafft für sein Blatt ein noch positiveres Meinungsklima. Und das führt meist zu einem noch besseren Kaufklima!

Geschrieben von in Marketing Denkanstöße um 18:29

Mein Weg zu Diogenes

„Das hier ist die berühmte Bahnhofstraße", sagt meine Taxifahrerin freundlich zu mir.
„Ja, das sehe ich", gebe ich freundlich zurück. Ich bin der Regisseur meiner Wahrnehmung. Ich sehe, was ich sehen will und sehe die Bahnhofstraße, noch bevor sie mir gezeigt wird. Und wie zur eigenen Versicherung, dass ich wirklich angekommen bin, sehe ich auch die blau-weißen Trambahnen und die Brücken, die über die Limmat führen. Ich weiß, dass es hier einen Fluss namens Limmat gibt, ohne jemals zuvor einen Fuß auf den Boden dieser Stadt gesetzt zu haben. Ich weiß, dass der Fluss aus dem See gespeist wird, und ich weiß, dass es ein Fraumünster in der Stadt gibt, mit fünf Chorfenstern von Chagall (…weshalb Chagall-Fans aus aller Welt in die ehemalige Kirche des adeligen Damenstifts zu Zürich in die Stadt pilgern.) Ich weiß auch, dass die Stadt ein Schauspielhaus von Weltruf hat; ein hochkarätiges Theater und ein Theater am Neumarkt – und als ob der Standort Programm wäre, dort modernes, aktuelles, neues Theater gespielt wird. Ich weiß auch, dass das berühmteste Lokal der Stadt die Kronenhalle ist, und das James Joyce, der hier viele Jahre lebte, gestorben und beerdigt worden ist, die Kronenhalle regelmäßig aufgesucht hat, und von der Wirtin Hulda Zumsteg mit Suppe durchgefüttert worden ist. (…während er niemals das weltberühmte Café Sprüngli am Paradeplatz betreten hat; soweit ich weiß.)
Und wenn ich all das, und vielleicht noch mehr schon weiß, warum bin ich dann hier?
Ich bin hier, weil ich ebenso weiß, dass in der Stadt ein Verlag existiert, von dem ich nicht weiß, ob er meinem Skript Wohlwollen entgegenbringen und sich meiner annehmen wird. Ergo bin ich hier, weil ich mir Gewissheit verschaffen will.
—
Ich bin in meinem Hotelzimmer, das sehr hotelmäßig ist. Ich stelle mein Gepäck ab, werfe einen Blick aus dem Fenster, das auf eine belebte Straße geht, und verlasse mein Zimmer und mein Hotel. Es ist später Freitagnachmittag, und ich tue mich schwer, mich mit der Ameisenhaftigkeit der Stadt anzufreunden. Der Menschenverkehr in den Straßen und Gassen will mir ein bestimmtes Tempo aufdrücken, einen bestimmten Takt. Um weiterzukommen, muss ich den Menschen, die mir entgegenkommen, ausweichen oder einfach drauflosgehen, mit der Möglichkeit, einen Zusammenstoß zu riskieren. In der Stadt ist erhöhte Aufmerksamkeit gefragt. Es ist wenig ratsam, sich in seine

Gedanken zu vertiefen, obwohl gerade dies, beim Gehen so gut möglich ist. In dieser wie in jeder Stadt gehen die Menschen einfach drauflos. Am liebsten würden sie sich schadlos durchdringen.
Später, es regnet, weigere ich mich einen Schirm zu tragen und werde nass. Ich bin hungrig. Wasser und Menschen strömen durch die Altstadtgassen. Ich dachte, frische Luft und eine Mahlzeit würden mir gut tun, und jetzt bin ich nicht willens oder nicht fähig, den rechten Platz in einem Lokal zu finden. Ich weiß, dass man es mir heute Abend nicht recht machen kann. Ich bin im falschen Teil der Stadt. Falsch für mich. Dieses Stück Realität vor meinen Augen gefällt mir nicht. Ich bin nicht vergnügungshungrig. Ich will einen Tisch, ein Essen, Wein und meine Ruhe. Ich habe eine Zeitung dabei, die den Regen genauso wenig abkann, wie ich. Wenig später gehen wir in den nächstbesten Laden rein. Ein Krawatten-Jüngling spricht mich an und ich werde an der Bar platziert. Alle Tische sind von zwei oder mehr Personen besetzt, alle Tische, die freiwerden, werden sofort wieder von zwei oder mehr Personen belegt. Einzelgänger, wie ich, haben in dieser Gesellschaft kaum eine Chance. Dafür haben sie einen Platz in der Gesellschaft – und das ist die Bar. Zuerst fühlst du dich an einer Bar immer etwas wie zur Schau gestellt. Aber dann bemerkst du, dass niemand sich für dich und du dich für alle interessierst.
Ich habe jetzt etwas Essbares vor mir stehen und pflege darüber hinaus die Beziehung zu mir selbst. Mir reicht dazu eine Zeitung, ein Buch oder mein Notizbuch, dem ich meine Gedanken anvertrauen kann. Ich esse, trinke und schaue abwechselnd auf den Teller vor mir und in den Spiegel hinter der Bar. Ich folge damit meiner Veranlagung, möglichst gut hinzuschauen, zu beobachten, zu erkennen, um mehr zu verstehen.
Ich esse und sehe mich satt.
—
Am nächsten Morgen verlasse ich sehr früh mein Hotel. Die Stadt ist noch verschlossen. Mir erscheint sie trotzdem offen und fast etwas verletzlich zu sein. Ich habe die Pflaster der Straßen für mich. Die Stadt weiß mit dem frühen Fußgänger noch nicht viel anzufangen. Ich laufe einem bestimmten Gedanken hinterher. Trotz dieses einen Gedankens kommt es zu Ablenkungen. Es gibt in der Stadt noch viel zu entdecken, von dem ich nichts weiß. Zum Beispiel den See, auf den von hier oben immer wieder kurze Blicke möglich sind. Der Ablenkung des Blickes folgt die Ablenkung der Gedanken. Ich muss aufpassen. Ich weiß, dass wir uns gerne ablenken lassen.

Ich kann den einen Gedanken wieder vor mir sehen: Sprecherstraße, denke ich vor mich hin, und meine Augen versuchen gleichzeitig das dazu passende Straßenschild ausfindig zu machen. Ich habe bereits am Abend zuvor den Namen der Straße vergebens auf manchem Stadtplan gesucht. In einem Verzeichnis für die Straßennamen der Stadt las ich: Objekt im Plan nicht beschriftet. Wenigstens wurde mir das Vorhandensein der Straße in der Stadt durch das Nicht-Vorhanden der Straße im Plan bestätigt. So gesehen war ich schon gestern auf dem richtigen Weg.
Beiläufig komme ich an einem Haus vorbei, in dem der Maler Karl Bodmer lebte. Eine kaum übersehbare schöne Messingtafel erinnert an ihn. Ich erinnere mich an die Indianerbilder, die ich als Jugendlicher bewunderte. Ich weiß, dass es in der Stadt ein Indianermuseum gibt, das sich noch zu besuchen lohnte.
Sie wissen jetzt, wie leicht ich abzulenken bin.

Als ich heute Morgen die Vorhänge aufgezogen habe, es war irgendetwas nach sieben und schon heller Tag, ging mein erster Blick auf die belebte Straße unterhalb. Es ist eine auch zu dieser frühen Stunde belebte Straße – nur für Autos gemacht. Sie dient nichts anderem, als der Kanalisierung des Autoverkehrs. Man kann nichts anderes, als auf sie herabblicken.
Der zweite Blick des Tages geht nach vis-á-vis auf ein altmodisches Gebäude mit neumodischem Anbau. Hinter den hohen, hell erleuchteten Fenstern des neumodischen Anbaus sind junge Leute in akademischer Haltung zu sehen. Sie sitzen vor Computern und haben diesen ganz bestimmten Blick von Menschen, die auf Computer sehen. Um sie herum lange Reihen von Buchregalen. Nicht schwer zu erraten, was ich sehe: eine Bibliothek.
Über der Straße und dem neumodischen Anbau ist der Himmel zürichhaft blau und weiß. Zürichhaft, weil Blau und Weiß die Farben des Zürcher Stadtwappens sind. Ich wundere mich also nicht über den Himmel, sondern darüber, welchen Fleiß die Studierenden hier an den frühen Samstag legen.

Wenn man zu Fuß in der Stadt unterwegs ist – und ich bin weiter zu Fuß in der Stadt unterwegs – berührt man die Stadt – wie jede andere Stadt – mit den Füßen. Man berührt sie mit den Händen, wenn man eine Ladentür öffnet, in eine Tram steigt oder ein Restaurant betritt. Man berührt sie mit den Lippen, wenn man ihre Speisen isst und ihren Wein trinkt. Aber all das ist nichts, wenn man die Stadt nicht auch mit dem Herzen berührt. Eine Stadt mit dem Herzen zu berühren, heißt einen Sinn für ihre Schönheit zu haben. Das fällt leicht an einem Ort, der besonders viele schöne Seiten hat. Damit habe ich schon gesagt, dass diese Stadt schöne Seiten hat. Mehr, als viele andere, die ich kenne. Sie ist dabei auf ihre Weise schön. Anders, als Venedig schön ist, (die für mich die schönste von allen ist); anders, als Rom schön ist; anders, als Paris schön ist. Ich könnte noch weitere Städte aufzählen. Wer wissen will, welche Städte dem allgemeinen Schönheitsideal entsprechen, der braucht nur in einem der zahlreichen Städtereisekataloge zu blättern, und weiß bescheid; oder findet bestätigt, was er ohnehin wusste.
Wenn es mir also allein darum gegangen wäre, heraus-zufinden, ob die Stadt schön ist, hätte ich es auch bequemer haben können; angesichts der Macht der Bilder im Kopf. Ich bin aber trotzdem hier. Bruce Chatwin blieb auch nicht da, wo er war, fuhr los und schrieb ein Buch darüber: WAS MACHE ICH HIER? Er durchschaute die Welt, durchschaute

sich, und durchschaute auch seine Leser. Die Frage warum? nahm er kühn und klug vorweg; scheinbar ein Paradox. Aber Chatwin wäre nicht Chatwin, wäre keine mythische Gestalt, wenn nicht ein Rest von Geheimnis bliebe. Ein Rest von Unverständlichkeit. Den es interessiert, durchzublicken, mag aufbrechen, und versuchen, diesem Rest an Geheimnis auf die Spur zu kommen.
Ich gestehe mir eine vorläufig letzte Ablenkung zu: Wenn ich es mir recht überlege, bin ich unterwegs, weil mich Fragen mehr interessieren, als die Antworten darauf. Unterwegs tauchen laufend neue Fragen auf. Das könnte von mir aus ewig so weitergehen. Antworten schließen etwas ab. Fragen schließen etwas auf.
Die aktuelle Frage: Kann mir jemand sagen, wo die Sprecherstraße ist? – Ja, sie können dir sagen wo die Bahnhofstraße ist. Sie gehen davon aus, dass du von dieser berühmten Straße weißt. Und wie zur Bestätigung, dass es sie wirklich gibt, wird sie dir gezeigt, obwohl du gar nicht darum gebeten hast.
Es wird noch dauern, bis du den Blick des Fremden verloren hast.
Vorerst bewahre ich mir den Blick des Fremden und auch dessen Gang und gehe in das Landesmuseum Zürich, weil es eine Hesse-Ausstellung zu sehen gibt. Ich gehe die einzelnen Stationen seines Lebens ab. Vor einer Vitrine bleibe ich stehen. Etwas hat mich irritiert. Ich weiß nicht, ob es neben mir noch anderen so gegangen ist. In der Vitrine sind persönliche Dinge des Dichters aus seinem Nachlass zu sehen. Neben Briefen, die er immer mit einem seiner farbenfrohen Aquarelle beginnen lässt, liegen aus: seine Gartenschere, sein Füllfederhalter, verschiedene seiner runden Brillen und vieles mehr. Zutaten eines Lebens. Dazwischen ein unscheinbarer Karton, eine graue Schachtel. Auf dem Deckel der Schachtel drei Worte in (Hesses?) Handschrift verfasst:
Farben
Malsachen
Revolver
Erschaffen und Zerstören so nah beieinander. Jetzt interessiert mich plötzlich, ob diese Zutaten das Rezept eines Lebens ergeben, und ob es überhaupt ein Rezept für ein Leben geben kann und ob Hesse ein Rezept für seines hatte. Da sind also wieder diese Fragen, die sich einem unterwegs in den Weg stellen. Stoff genug, um demnächst von neuem aufzubrechen; vielleicht nach Montagnola. Auf die richtige Seite der Berge, wie Hesse geschrieben hat.

Geschrieben von um 13:25

Wiesnpanorama vom 21. September

wiesnpanorama.mov

Das Wiesnpanorame vom Balkon der note aus gesehen - bei Klick auf das Bild gibt es mehr zu sehen.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 10:11

Aufmerksamkeit

Die ungeteilte Aufmerksamkeit von ein Paar (dummen?) Kühen wurde mir zuteil, als ich meines Weges ging. Im Prinzip wäre das keine Zeile wert. Wenn mir in diesem Moment nicht etwas ganz Besonderes durch den Kopf gegangen wäre. Etwas, was ich oft vermisse und zugleich ebenso oft nicht imstande bin, einzubringen. Dabei ist es das, was hilft, wenn alle Beteiligten, zur selben Zeit, am selben Ort es einbringen, um zu einem gewünschten, für alle vorteilhaften Ergebnis zu kommen. Ihr ahnt es sicher schon längst: Es geht um die Aufmerksamkeit.

Sie ist in nicht geringem Maße abhanden gekommen. Die Umstände führen dazu, dass man mit seiner Wahrnehmung oft nicht mehr bei einer einzigen Sache sein kann, sondern die Sensibilität sich auf verschiedene Aufmerksamkeiten verteilt. So ist das Gehör auch schon mal zugleich beim Telefon, beim Handy oder beim "Pling" der eventuell eingehenden Mails. Das Gefühl ist dein Vibrationsalarm. Die Sinne überall woanders, aber nur oberflächlich beim Thema. Die ungeteilte Aufmerksamkeit ist selten geworden und wird gefühltermaßen noch seltener. Was sehr bedauerlich ist, weil man zur Sache oft nicht so weit und so gut kommt, wie es der Sache dienlich wäre.

Die Frage der Monogamie stellt sich bei der Aufmerksamkeit eigentlich grundsätzlich nicht. Eins nach dem anderen wäre absolut sinnvoll. Aber ist leider nicht mehr zeitgemäß. Die Zeichen der der Zeit stehen eher auf: All you can do.

Zurück zu den Kühen. Ich war so überwältigt von dieser ungeteilten Aufmerksamkeit, dass ich diese Situation außer zu einem Foto nicht weiter zu nutzen wusste. Mir fiel nichts ein, was ich hätte sagen, bemerken oder zur Diskussion hätte stellen können. Schade. Wirklich schade.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:15

Bilder der Sehnsucht

Der Traum vom Fliegen. Der Wunsch vom Reisen. Ferne Länder. Sonne satt. Blaue Lagunen. Dorade vom Grill. Montrachet, gut gekühlt im Glas. Schwarze Nächte. Weit weg vom Alltag. Ganz nah bei sich. Sternenhimmel bewundern. Weißer, heißer Sand unter den Füßen. Ein T-Shirt, eine Badehose und Schlappen an den Füßen. Die Sonnenbrille geputzt. Ein offener Jeep. Ausschlafen. Von der Sonne geweckt werden. Auf das Meer blicken. Sonnenuntergänge wie Opernvorführungen genießen. Palmen, wohin man sieht. Kein Internet. Kein Handy. Über Märkte schlendern. Fremde Innenstädte und Dörfer entdecken. Fremdsprachen sprechen. Speisekarten raten. Tauchen. Lange Spaziergänge am Meer. Andere Menschen kennen lernen. Neues erleben.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 07:12

Folgen des Fernsehkonsums

Bis die Wirklichkeit über die gesellschaftlichen Folgen des Fernsehkonsums das Licht der Welt erblicken wird, ist das Kind längst in den Brunnen gefallen, gestorben und verwest. Ähnliche Umgangsformen der Interessengruppen kennen wir – aus den Bereichen Zigaretten- und Alkoholkonsum.

Studien über Veränderungen an Gesellschaften durch langzeitigen und hohen Fernsehkonsum werden solange verändert, geschönt, manipuliert, nicht veröffentlicht oder erst gar nicht in Auftrag gegeben, solange Interessengruppen daran so viel verdienen, wie sie es können.

Das Fernsehen manipuliert die Wahrnehmung von Menschen so stark, dass sie nicht mehr zwischen Realität und Fiktion unterscheiden können. Zudem entspannt Fernsehen nicht, sondern strengt an. Es manipuliert das Bewußtsein so stark, dass man von Bewußtseinszerstörung reden muss. Die meisten Menschen sind nicht mehr in der Lage, den Fernseher nicht anzuschalten, geschweige denn auszuschalten. Sie sind süchtig. Was sich die Medienkonzerne zu Nutzen machen.

Die Politik nutzt das selbe Medium für die eigenen Interessen. Deshalb ist Persönlichkeitsschutz von dieser Seite natürlich ebenfalls nicht zu erwarten. Ebenso verhält es sich mit der Industrie, die das Fernsehen als Träger ihrer Werbebotschaften nutzt.

Die Macher sagen immer den selben Satz: "Der Zuschauer kann doch selbst darüber entscheiden, was er sehen will und was nicht. Er kann ja ausschalten." Dem ist bei Weitem nicht mehr so. Die Macher entziehen sich der Verantwortung. Und alle anderen mit. Mit der Sucht und an der Sucht profitieren alle. Außer dem Süchtigen. An diesem flimmern die Wirklichkeit und die Schönheit des Lebens spurlos vorüber.

Knapp über 80 Prozent der Europäer geben als primäre Freizeitbeschäftigung "Fersehen" an. Fernsehen macht einsam. Es trennt Menschen. Fernsehen verhindert wichtige geistige Entwicklungen. Es spielt Wissen vor und lässt den geistigen Bestand ganzer Gesellschaften verarmen. Das Fernsehen ist dafür hauptverantwortlich, dass Gesellschaften sozial und zwischenmenschlich verarmen. Zudem ist Fersehen dafür verantwortlich, dass die Geburtenraten so rapide schwinden. Denn der Sexualtrieb wird vom Fernsehen stark eingeschränkt und führt bis zur Impotenz.

Das Erkalten der Gesellschaft, bis hinein in die Familien. Die steigende Agressivität im Alltag. Die verarmten zwischenmenschlichen Strukturen. Die zerstörte Familie. All das und vieles mehr sind auf den Fernsehkonsum zurück zu führen. Wir können kollektiv nichts mehr anpacken, weil alle vor dem Fernseher hocken.

Zudem ist das Fernsehen ein wesentlicher Bestandteil von Politikverdrossenheit, Bildungslücken und der verbreiteten, negativen Grundstimmung. Das Hauptproblem, das durch das Fernsehen verursacht wird, ist die Verkümmerung der Kommunikation und des Verantwortungsgefühls. Das Fersehen hat eine Position im Leben vieler eingenommen, die Beziehungen, Freundschaften, Bekanntschaften bis hin zu menschlichem Umgang unmöglich machen. Das Fersehen hat längst die Macht über alle und alles.

Man stelle sich mal vor, es gäbe nur für einen Abend kein Fernsehprogramm auf allen Kanälen. Was das für eine kommunikative Explosion auslösen würde. Was das für eine menschliche Lawine lostreten würde. Eine unkontrollierte, menschliche, emotionale Eskalation von ungeahntem Ausmaß.

Das Fernsehen macht das wirkliche Erleben und somit bewußte Leben unmöglich. Deshalb kann man vom oder aus dem Fernsehen nichts für die Wirklichkeit lernen. Somit ist das Fernsehen für einen Großteil unserer gesellschaftlichen Probleme und die daraus resultiernden Herausforderungen verantwortlich. Sexualität wird im Fernsehen erlebt, bis hin zum gemeinsamen Kochen. Das Fersehen hat dazu geführt, dass wir eine Gesellschaft von Simulanten sind. Nichts machen wir selbst, sondern projezieren irgend etwas aus dem Fernsehen einfach auf uns. Wir kennen mehr aus dem Fernsehen als aus dem wirklichen Leben.

Fernsehen ist Opium für das Volk. Die Nebenwirkungen kann man an allen Ecken und Enden unserer und anderer Gesellschaften mit dem bloßen Auge erkennen. Die Gesellschaft, die als erstes die Allmacht des Fernsehens besiegt und das Fernsehen ausschaltet, wird allen anderen Gesellschaften überlegen sein. Weil diese Gesellschaft in der Wirklichkeit lebt. Schon heute sind Kinder, die so gut wie kein oder gar kein Fernsehen sehen, in allen relevaten Lebensbereichen Kindern überlegen, die viel Fernsehen konsumieren.

Das Fernsehen macht Gesellschaften gefühllos, leblos und gedankenlos. Und es macht Gesellschaften einfach beeinflussbar und manipulierbar. Das selbstständige Denken wird dem Individuum genommen. Und durch Vorgedachtes ersetzt.

Eines der zentralen Probleme unserer Gesellschaft ist der Fernsehkonsum, der sich längst zur Sucht entwickelt hat. Fernsehen hat in fast allen Haushalten die führende Rolle eingenommen. Der Fernseher steht am zentralsten Platz und läuft unaufhörlich. Fernsehen macht Kommunikation unmöglich. Es macht gemeinsame Aktivitäten unmöglich. Und es macht natürliches Leben unmöglich.

Fersehen abschalten heißt, das wirkliche Leben anschalten. Jeder Abend ohne Fernsehen ist ein guter Anfang auf dem Weg zurück in die Wirklichkeit.

Ich könnte endlose Beweise anführen für meine Theorie. Mach ich aber nicht. Weil jeder selbst wissen muss, was er tut. Aber alle Fakten und Entwicklungen in unserer Gesellschaft stehen im engen Zammenhang mit dem, was die Menschen am meisten tun. Und wenn über 80% der Gesellschaft als primäre Freizeitbeschäftigung Fernsehen angeben, dann muss man jetzt nur noch 1 und 1 zusammen zählen. Natürlich nur, wenn man will.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:10

Mittwoch, 20. September 2006

Heute mal was Positives über die Wiesn 2006

Das Wiesn Logo 2006 ist auch dieses Jahr nicht von uns. Kann auch nicht, wir haben nicht mit gemacht. Weil nicht aufgefordert. Ist aber gut so. Denn es wird jedes Jahr schöner, auch ohne uns. Schön so.

PS: Fällt mir leicht, heute etwas Positives über die Wiesn zu bemerken, bin auch nicht im Büro, sondern am See. Ätsch!

Geschrieben von Christof Hintze in München um 14:44

Freund: Thomas

Geschrieben von Christof Hintze in Freunde um 13:28

Markenfriedhof: Es ruhen in Unfrieden!

Das Markengrab. Der Friedhof der Marken ist voller Unternehmen, die unersetzlich schienen. Dabei hätten sie nur ein paar schlechte Angewohnheiten abstellen müssen und sich dafür ein paar gute Angewohnheiten aneignen müssen:

† AEG
† DUAL
† GRUNDIG
† GONG
† BILD & FUNK
† NORDMENDE
† SABA
† TELEFUNKEN
† HORTEN
† SCHNEIDER
† SINGER
† NIXDORF
† ZÜNDAPP
† KREIDLER
† MAGIRUS DEUTZ
† HANOMAG
† VOIGTLÄNDER
† ROLLEI
† KYOCERA
† KONICA/MINOLTA
† COMPAQ
† BLOHM & VOSS
† DKW
† FOKKER
† HOECHST
† KAUFHALLE
† LANZ
† NSU
† O.TEL.O
† UHER
† DeutscheBA
† PENTIUM

† DAEWOO
† CONTAX
† ARCANDOR
† Quelle
† POHLAND
† HERTIE
† WOOLWORTH
† KARMANN
† QUIMONDA
† SCHISSER
† MÄRKLIN
† ROSENTHAL
† SINN-LEFFERS
† WADEN-WERFTEN
† LEHMANN BROTHERS
† PHILIPP HOLZMANN
† FAIRCHILD DORNIER
† PHOTO PORST
† PFAFF
† WOLF-GARTEN
† EDSCHA
† TREVIRA
† SCHIMMEL
† CIT
† ...

Das Markensterben. Über die Unfähigkeit und Unwilligkeit, die Marke im Lebensmittelpunkt lebedig und begehrenswert zu gestalten, zu verändern, zu erneuern und zu entwickeln. Über den Starrsinn, mit seiner schwindenden und sterbenden Zielgruppe, offenen Auges, das Zeitliche zu segnen. Amen!

ICH BITTE DICH, DIE LISTE UM VERGESSENE, SCHON TOTE ODER IM STERBEN BEFINDLICHE BEKANNTE MARKEN DER VERGANGENHEIT UND GEGENWART PER KOMMENTAR ZU ERWEITERN. ICH FÜGE DIESE DANN IN FRIEDLICHER ABSICHT HINZU. DANKE!

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 10:52

Psychologie des tiefen Wassers

Vor langer, langer Zeit trug es sich zu, dass meine Surfschüler in Ufernähe alle Manöver schnell erlernten. Die selbigen aber im tiefen und dunklen Wasser nicht beherrschten. Die Diskrepanz über das, was sich in Strandnähe und Entfernung vom rettenden Ufer abspielte, regte einen Gedanken in mir an.

Die haben Angst. Und Angst ist ein ganz schlechter Berater. Er wirkt sich auf die gesamte Physiognomie eines Menschen aus. Was er in ruhiger Verfassung aus dem FF beherscht, wird unter dem Einfluß von Angst gänzlich unmöglich. Dies war mir aber bis dahin mit einer derartigen Auswirkung nicht geläufig. Natürlich hatte ich von Prüfungsangst gehört, habe aber die eigentlichen Auswirkungen völlig unterschätzt. Das alles ist über 20 Jahre her. Aber es hat meine Einstellung zu den Ängsten anderer Menschen grundlegend geändert. Denn es hilft nichts, einfach nur zu behaupten: "Da braucht man keine Angst zu haben – hier gibt es keine Haie." Sondern der Ängstliche muss die Angst schon selbst überwinden. Und dabei kann man ihn unterstützen. Denn er hat zwei Möglichkeiten: Entweder seine Angst zu überwinden oder dieser einfach nicht zu begegnen. Beides sind akzeptable Verhaltensweisen.

Auch hier liegt ein wesentlicher Bestandteil im menschlichen Umgang miteinander. Die Angst des anderen zu tolerieren ist eine wesentliche, menschliche Option. Man muss die Angst nicht überwinden und ihr begegnen. Es macht das Gegenüber nicht stärker oder schwächer, denn wann und wo man seiner Angst begegenen will, ist eine persönliche Angelegenheit.

In unserer Gesellschaft wird Angst als Schwäche ausgelegt. Deshalb heißt es auch "Angsthase". Dabei ist die Angst ein wesentliches Instrument unserer Wahrnehmung, die das Überleben unserer Spezies bis heute gewährleistet hat.

Zurück zu meinen Surfern. Ich habe 10 Taucherbrillen besorgt und wir sind mit den Händen auf den Surfbrettern liegend raus gepaddelt. Alle zusammen. Und als es unter uns dunkel und tief wurde, haben wir einen Kreis gebildet. Ich bin dann ins Wasser gesprungen und bis zum Grund getaucht und habe Sand oder ein wenig Seegras mit nach oben gebracht. Alle anderen haben dabei vom Surfbrett aus unter Wasser geschaut und mich dabei beobachtet. Einige sind dann runter von ihrem Brett, erst ein wenig geschnorchelt und dann ebenfalls untergetaucht.

So haben alle gesehen, dass da unten eigentlich nichts ist, was einem Angst machen müsste. Sondern, dass da unten, im Gegensatz oben, der totale Frieden herrscht. Absolute Stille. Und schön ist es auch noch. Wie das Seegras sich in der Strömung hin und her bewegt.

Nach dieser Übung haben wir uns auf den Brettern stehend einen Ball zugeworfen. Es war unmöglich, den Ball zu fangen und dabei auf dem Brett zu bleiben. Aber niemand hatte ein Problem, ins tiefe Wasser einzutauchen. Sondern die Kunstsprünge nahmen immer elegantere Formen an.

So ziemlich alle in meinen Gruppen konnten somit die Manöver in Strandnähe oder großer Entfernung gleich gut. Wer trotzdem ein unwohles Gefühl hatte, dem habe ich die Entscheidung offen gelassen, Spaß am Tennis oder einer anderen Beschäftigung zu finden. Man muss keine Sekunde bewusst mit einer unproduktiven Angst leben. Wenn man dieser durch viel schönere Momente einfach ausweichen kann.

Reale Angst ist da was anderes. Der Überlebensinstinkt. Aber alle anderen Ängste sind es nicht wert, dass man ihnen mehr Raum als nötig einräumt. Dieser Überzeugung bin ich bis heute treu geblieben. Und im übertragenen Sinne, paddel' ich immer noch raus. Mit Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten. Aber auch mit meiner Famile und Freunden.

Es ist eines meiner Lebensprinzipien und eine meiner Aufgaben geworden, Angst ernst zu nehmen. Und dieser, wenn es gewollt ist, zu begegnen. Denn wenn man alle destruktive und sinnlose Angst bewältigt oder überwindet, dann ist der Anteil der schönen Lebenszeit wesentlich größer.

Was ausschließlich positive Aspekte mit sich führt.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:05

Rettet die Wahlen

Die Wahlbeteiligung bei den Kommunalwahlen, oder waren es Landtagswahlen? In ...?....?....? Am...?...?...?...? Waren so niedrig, wie noch nie zuvor. Nachkriegsrekordtief! Das niedrigste Ergebnis seit Beginn der Wahlaufzeichnungen. Der Deutsche ist wahlmüde. Politikverdrossen heißt es. Deshalb muss zur Rettung der freien Wahlen was getan werden. Ist die Demokratie in Gefahr? Man muss die Leute wieder mitreißen. Eine Kampagne muss her. Alle müssen mal zur Christiansen und zu den anderen Talkrunden und dem Zuschauer ins Gesicht sagen: Wähl doch mal. Wenigstens mich.

Obwohl?! Wenn beim Fernsehen keiner ein bestimmtes Programmm wählt, dann wird das selbige kurzer Hand abgesetzt. Somit hat das Nichtwählen vielleicht eine hochpolitische Aussagekraft. Die nur keiner hören will. Und sehen schon mal gar nicht. Das Nichtwählen ist eventuell die klare Stimme des Wählers. Wie Spinat bei Kindern. Das will (wähl) ich nicht. Ich würde gerne mal sehen, wie Bundestagswahlen ausgehen würden, wenn es eine Demokratische Nichtwählerpartei geben würde. Die alle wählen können, die nicht die Parteien wählen wollen, die ihnen angeboten werden. Und wenn die Nichtwählerpartei die Mehrheit hätte, würde sie in großen Fernsehshows die Minister direkt wählen lassen. Die Besten für Deutschland. Keine Dogmen. Keine verqueren Ideologien. Die Nationalmannschaft unserer Demokratie nur eben ohne DFB. Und ohne die ganzen MVs.

Ich glaube, die Zeichen der Zeit sind eindeuig, werden nur unterschiedlich interpretiert. Wenn ich nicht wählen gehen würde, dann nur, weil es mich nicht die Bohne interessiert. Und die Politiker tun wirklich alles dafür, dass man jedes Interesse verliert. Mal schauen, was die Zeit so bringt. Ich bin mir sicher, es geht noch viel tiefer mit der Wahlbeteiligung. Und dann wird wieder das Wählervieh an den Pranger gestellt. Nun wählt uns, verdammt, das ist eure verdammte demokratische Pflicht.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Lieber Papst: Sag, es schneit!

Die Einschüchterung funktioniert. Und wie. Die große Errungenschaft unserer Meinungsfreiheit wird gerade eingerollt wie ein Fähnchen, das bis gestern noch im Wind wehte. Über Meinungsfreiheit reden und diese mit allen Mitteln aufrecht erhalten, sind zwei paar Schuhe. Bei uns darf jeder alles sagen. Woanders ist das ganz anders. Und nun traut sich keiner mehr so recht. Die Bildzeitung hat einen ebenbürtigen Gegner bekommen.

Als ich noch in Köln Chorweiler zur Schule ging, da passierte es regelmäßig, dass leider oftmals ausländisch anmutende Mitbürger mich unsanft anhielten. Bei den ständigen Demütigungen und Drangsalierungen schon verständlich. Unter ihnen einer, der zwei Köpfe kleiner war als man selbst. Der kam dann auf mich zu und sagte: "Sag, es schneit!" Hierzu muss man wissen, dass es Hochsommer war. Von Schnee keine Spur. Das Problem an der Frage hat man spätestens nach der zweiten möglichen Antwort rausbekommen.

Antwort 1: "Ja, ja es schneit!"
Konsequenz 1: "Du lügst, es schneit doch gar nicht!"
Und man bezog von den Großen umgehend Prügel. Der Kleine durfte am Schluss noch mal reintreten.

Antwort 2: "Nee, es schneit doch gar nicht!"
Konsequenz 2: "Was hab ich dir gesagt? Du sollst sagen, es schneit!"
Und man bezog umgehend Prügel. Der Kleine durfte am Schluss noch mal reintreten.

Also entweder, man sah die Gefahr kommen und machte einen großen Bogen um die Jungs. Das hat der Papst offensichtlich nicht getan. Oder, man sah die Gefahr nicht kommen, dann war man schnell weg. Das hat er versucht. Oder, man hat dem Größten sofort tierisch eine eingeschenkt. Das sollte er am besten lassen. Oder, man hat hingehalten, bis es vorbei war. Das würde ich ihm im biblischen Sinne raten. Lieber Papst: halte auch die andere Wange hin. Es geht vorüber.

Aber bitte, bitte nicht diskutieren, ob es schneit oder nicht. Welche Art von Schneeflocken. Und über den Sinn der Frage. Die anderen wollen das nicht hören.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Dienstag, 19. September 2006

Auch wieder wahr....

Ein Zitat ist ein Zitat ist ein Zitat!

Geschrieben von in Spontaneitäten um 11:00

Das macht Spaß, das gefällt, einsteigen und mitlachen...

wiesn.mov

Auf das Bild klicken und dann Film ab.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 10:55

Stärken-Theorie und Strategie

Die Zeiten des großen Verständnisses, der großzügigen Duldung von nicht optimalen Zuständen und der mitleidigen Toleranz sind vorbei. Wer nicht motiviert ist, kann nicht mehr darauf warten oder hoffen, dass er motiviert wird, sondern muss damit rechnen, einfach von einer motivierten Person ersetzt zu werden.

Die lange Bestellliste des "wenn – dann" wird immer kürzer. Denn der produktive Teil der Gesellschaft hat verstanden, dass man nichts akzeptieren muss, was man nicht will, sondern, dass man alles, aber auch alles zu einem besseren wenden kann. Und zwar schneller als viele glauben.

Die unangemessenen Ansprüche der Unproduktiven gehören weitestgehend der Vergangenheit an. Und werden zunhemend in der Versenkung verschwinden.

Die Stärken stehen im Vordergrund. Die Lust. Das unbedingte Wollen. Die Leitsungsfähigkeit und die Leistungsbereitschaft bilden das Zentrum der Auswahl. Wo früher noch langwierig und aufwendig jedes Problem bis zum bitteren Ende debattiert wurde, zieht man heute schleunigst das Stärkere vor.

Die SWOT-Analyse hat das W und das T verloren. Und ist nur noch eine SO-Analyse: Stärken und Chancen. Es geht nicht mehr darum, Schwächen zu bekämpfen oder Risiken abzuwägen. Sondern, wer seine Stärken am besten einsetzen kann, wird auch von den Chancen profitieren. Und diese Entwicklung beschleunigt sich unaufhörlich immer weiter.

Die Konzentration auf die Stärken und die Reduktion auf die Chancen sind ein wesentlicher Bestandteil der Zukunftssicherung. Die Luft für Bedenkenträger und Pessimisten wird immer dünner.

Denn die Wirtschaft und die Gesellschaft verspüren die Lust, Positives zu erleben. Erfolge zu erringen. Ergebnisorientiert an die Dinge zu gehen. Das Lamentieren und Debattieren der Vergangenheit, das Zögerliche, wird immer unattraktiver.

Wer seine Stärken erkennt und auf diese setzt, dem steht die Tür zur Zukunft offen.

Wichtig dabei ist nur die Erkenntnis, dass Stärken nicht das sind, was man vermeintlich können muss. Oder das, was Andere besonders gut machen. Sondern Stärken erwachsen sehr oft aus vermeintlichen persönlichen Schwächen. Somit ist für jeden von großer Wichtigkeit, zu erkennen, welche Schwächen er seit langem so stark kompensiert, dass daraus eine einzigartige Stärke entstanden ist.

Natürlich gibt es auch Persönlichkeiten mit auffälligen, besonderen Begabungen und Talenten, denen sie nur vehementer nachgehen müssten. Denn auch hier gilt: Von nichts kommt nichts.

Wenn alle tun würden, was sie am liebsten tun, wäre es um die Produktivität in allen Belangen und Bereichen der Gesellschaft um ein Vielfaches besser bestellt. Das ist mal sicher!

So einfach geht das? Ja! Man muss nur aufhören, sich von anderen ständig reinsingen zu lassen, was man nicht so gut kann. Und was es noch zu kompensieren gilt. Und einfach anfangen, das konsequent zu verfolgen, was man als persönliche Stärke empfindet. Nur schön, wenn ein Umfeld einen darin bestärkt. Bis dahin ist es noch ein gutes Stück, aber wir kommen der Sache näher.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Höchste Prioritätsstufe

Es hat sich bei vielen so eingebürgert, alles mit der höchsten Prioritätsstufe zu versehen. Aus der logischen, aber zugleich falschen Überlegung heraus, immer besser und schneller an etwas zu gelangen. Das Blöde daran ist nur das Individuum auf der anderen Seite. Der Empfänger der höchsten Prioritätsstufe. Denn für unsere täglichen Rangreihen schaffen wir uns immer ein Ordnungsystem, nach dem wir die Dinge des Tages erledigen. Keiner kann alles zugleich machen.

Somit gibt der Absender keine Einstufung mehr mit. Weil alles immer am wichtigsten, eiligsten ist. Immer muss sofort ein Riesenproblem beseitigt werden. Dieses Verhalten ist längst auf den Alltag übergesprungen. Diese Art von Menschen kann sich nicht mehr irgendwo anstellen oder hinsetzen und auf einen Kellner warten.

Immer muss allen drumherum klar gemacht werden, dass diese Leute keine Zeit haben, alles ganz schnell gehen muss und absolut höchste Prioritätsstufe hat. Man kann diese armen Irren mittlerweile überall beobachten. Wie sie der Welt klar machen, dass sie gleicher sind als alle die gleichen Menschen. Und dass sie eine höhere Priorität für sich beanspruchen als der Rest der Lemminge.

Was diese armen Verirrten nur nicht wissen und nicht ahnen, ist, dass auf der anderen Seite in der Regel Menschen sind, die um diesen Blödsinn längst wissen und sich köstlich amüsieren über die ständigen verweifelten Versuche, sich in einer Schlange, die es nicht gibt, aber geben könnte, vorzudrängeln.

Und noch was zum guten Schluss, wenn alles wichtig ist. Was ist denn, wenn wirklich mal was wichtig ist? Microsoft liefert das Outlook für solche Menschen in einer abgeänderten Form aus, da gibt es bei den Mails und Terminen nur noch rot und höchste Priorität. Das muss man nicht mehr umständlich einstellen. Das ist sozusagen serienmäßig wichtig für die ganz Wichtigen.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Montag, 18. September 2006

Wiesn-Tagebuch (1)

Ein Tag neben der Wiesn und weil man das alles ohne Alkohol nicht erträgt, fühlt man sich in etwa so.

Wir arbeiten bereits an einem Spendenfonds zu unseren Gunsten, denn wir als "Anreiner" sind ja die wirklich Leidtragenden. Den ganzen Tag "Bumm Bumm - Er lebt noch - I feel good - humba humba humba tääteräää! - Könnt ihr noch? - Jetzt kommt der T-t-t-TURBOO! - Und die nächste Runde geht rückwärts!" - Ganz im Ernst: Das ist nicht zu ertragen. Das und der omnipräsente Hendl-Geruch, der sich in der Kleidung verfängt und einen ständig daran erinnert, dass man noch gar nichts gegessen hat. Und das Gekreische der Menschen, die im Delirium auf die Fahrgeschäfte stürzen, um dann auf Höhe unseres Büros besonders laut zu schreien, weil, ja, weil es anscheinend furchtbaren Spass macht ....

Es ist also kaum verwunderlich, dass man in Fachkreisen munkelt, die Suizidrate in München wäre, nicht wie andernorts, um die Weihnachtszeit besonders hoch, nein, zur Wiesnzeit. Das habe ich jedenfalls irgendwo gelesen. Glaube ich. Und selbst wenn an dieser hanebüchenen Behauptung rein gar nichts dran ist, bringt sie uns vielleicht ein paar Spenden ein. Das wäre toll. Damit könnten wir unser Büro schallisolieren oder so. Oder einfach nicht arbeiten während hier der "Bär steppt". A propos: Gibt es eigentlich noch Bären auf der Wiesn? Oder erfreut man sich heutzutage nicht mehr an tanzenden Bären? Vielleicht können Sie ja bei Ihrem nächsten Wiesn-Besuch mal das eine oder andere Auge aufhalten, das wäre sehr nett, und dann müsste ich nicht selbst rüber gehen um das zu recherchieren.

Geschrieben von um 16:25

Wiesn-Montag, 18. September: Der Wahnsinn beginnt!

Für alle, die es nicht wissen: Wir sitzen direkt an der Wiesn. Direkt. Die einen denken jetzt: "Ach, wie toll!" Wir sehen das aber gar nicht so. Denn es die Hölle! Hölle... Hölle... Hölle...

Alles gesperrt. Die Straßen verstopft mit Autos, die einen Parkplatz an der Wiesn suchen. Überall Polizei. Alles Einbahnstraßen und Anlieger. Durchfahrten gesperrt. Somit haben wir jetzt zwei Wochen Verkehrschaos. Und diese dümmliche Geräuschkulisse von Volksmusik, Ansagern, Fahrgeschäften und grölenden Menschenmassen.

So sah es noch vor 2 Wochen aus:

Geschrieben von Christof Hintze in München um 09:35

Herr Dyson in Deutschland

Who the fuck is Herr Dyson? Wären Sie Engländer, wüssten Sie das. Herr Dyson ist ein unglaublich gebildeter, engagierter und kultivierter Erfinder. Und in England zudem sehr, sehr erfolgreich. Er hat unter anderem den Staubsauber ohne Beutel erfunden. Der hat keinen Saugkraftverlust. Toll.

Denn schon über Jahre hinweg ist mir der unglaubliche Saugkraftverlust meines Staubsaugers auf den Wecker gegangen.

Herr Dyson glaubt nicht an Werbung. Deshalb macht er auch keine. Er glaubt an relevanten Kundenutzen. Man muss die Menschen überzeugen und nicht mit Hilfe von Werbung zu einem Produkt überreden.

Nachdem er in England der Hit ist und bekannt wie ein bunter Hund, der Robbie Williams der Erfinder sozusagen, wollte er auch den Rest der Welt von dem unglaublichen, relevanten Kundenutzen überzeugen. Und so zog er aus, unter anderem nach Deutschland, um die Marktführer das Fürchten zu lehren.

Letztendlich ist es ihm ergangen wie Robbie Williams in Amerika. In England zwar ein Superstar, aber in Amerika? Who

the fuck is Robbie Williams?

Vor Jahren durfte wir bei Dyson präsentieren und ich habe meine Meinung unverhüllt kundgetan. In dem mir eigenen, schlechten und unverständlichen Englisch. Aber das Zentrum unserer damaligen Präsentation war: Who the fuck is Mr. Dyson?

Wir haben die Präsentation natürlich verloren. Rückblickend zu Recht. Unser Idee basierte auf dem strategischen Ansatz, keine englische Personality-Show zu machen, sondern den eigentlichen Hero, nämlich den Staubsauger, in den Mittelpunkt des Interesses zu stellen.

So sah man einen Dschungel auf einer Doppelseite und an einer Liane flog ein Dyson-Staubsauger durchs Bild und die Headline war: Der natürliche Gegener des Beutelsaugers.

Somit wollten wir alles, was die nicht wollten. Wir wollten nicht Herrn Dyson. Wir wollten Werbung. Das ist jetzt ca. 4 Jahre her oder schon 5.

Heute morgen habe ich mich gefragt, wie weit sind die wohl mit ihrer Aufklärungskampagne "This is Mr. Dyson!"? Und haben sie für diesen strategischen Blödsinn die Höchststrafe bekommen?

Misserfolg. Aber uns glauben nicht alle. Vielleicht hätten wir Robbie Williams mit zur Präsentation bringen müssen. Der hätte ihnen besser klar machen können, dass Relevanz eine Frage des Blickwinkels ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:04

Das Übel von kausalen Zusammenhängen

Der Mensch ist sich zu wichtig, so dass man natürlich nichts einfach dem Zufall überlassen kann. Wir sind doch keine Primaten oder andere Tiere. Wir sind Menschen. Mit Verstand. Wir können Zusammenhänge überhaupt erst erkennen. Tiere können das nicht.

Somit verknüpft der Mensch ständig kausale Zusammenhänge. Alles, was wir Göttlichen tun, steht in einem großen Zusammenhang. Schicksal. Glück. Zufall. Vorbestimmung. Die Gedanken kreisen ständig um die depremierende Vermutung: Das kann doch nicht alles gewesen sein. Das muss wichtiger sein. Mehr bedeuten.

So lesen wir Sternzeichen und haben einen Aszendenten. Wir haben Vorahnungen, die, wenn sie dann doch mal eintreffen, man doch vorhergesehen hat. Man trifft sich immer zweimal. Nicht passiert aus reinem Zufall. Alles hat einen - höheren - Sinn. Oder einen - bodenlos tiefen -Unsinn?

Wiedergeburt. Reinkarnation. Die Vorstellungskraft der Menschen, Verknüpfungen herzustellen, ist unermesslich groß. Alles steht in Verbindung zueinander, wenn wir wollen. Und wir wollen. Denn das kann es doch nicht gewesen sein. Geboren, gelebt, gestorben. Wir sind doch keine Blätter am Baum, die einfach nur abfallen.

Und weil wir glauben, auserwählte Wesen für die Ewigkeit zu sein, deshalb schaffen wir ständig Dinge für die Ewigkeit. Die alle Zeiten überstehen sollen. Wir wollen so sehr vorher gelebt haben und nachher weiterleben, dass man fast vergisst, im Jetzt wirklich angekommen zu sein.

Wir beschäftigen uns so sehr mit der schlimmen Vergangenheit und der drohenden Zukunft, dass uns nicht auffällt, dass die Tür zum Gestern bereits zu ist. Und die zum Morgen noch nicht mal offen. Aber das wäre zu leicht für uns Menschen. Wir lieben es kompliziert. Das lässt uns unsere Gegenwart erst richtig fühlen.

Man stelle sich nur mal vor: Die Natur hat diesen kleinen Makel der menschlichen Selbstüberschätzung eingebaut und lacht sich kaputt über uns. Die haben da ganze Nachrichtensendungen und Zeitschriften, in denen ausschließlich über die verrücktesten kausalen Zusammenhänge berichtet wird. Wir sind so eine Art Clowns in diesem Universum. Wir sind nur dafür da, den Rest mit völlig skurilen Storys zu unterhalten. Das wäre auch ein Grund, warum die Natur diese ganzen abgrundtiefen menschlichen Taten duldet.

Aber eventuell sind wir doch alle nur Blätter an einem Baum. Nur mit dem beeindruckenden Unterschied, wir sägen am eigenen Ast, auf dem wir sitzen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:02

Einschreiben 8

Der Mann, der in meinem Rücken schlief, hat Photos geschickt, unter anderem vom Morgen des Füller-Unfalls. Als er anfing zu photographieren, hatte ich die Feder bereits wieder zurechtgebogen, unternahm erste Schreibversuche, in denen ich über beides berichtete. Bis heute sind Nachbehandlungen und Rehabiltationsmaßnahmen erforderlich. Dies ist wiederum eine davon. Jetzt hat sich die Katze entgültig in den Schwanz gebissen. - Keine der wirklichen Katzen, die hier leben, sondern die des übertragenen Sinns. Wobei die wirklichen ebenfalls auf einer Reihe der Photos zu sehen sind, die der Mann am selben Tag gemacht und heute geschickt hat. So entsteht ebenso zwangsläufig wie unbeabsichtigt ein Zusammenhang, der seine Arme in unterschiedliche Richtungen ausstreckt. Indem ich ihn notiere, wird er manifest und zugleich in einen größeren gestellt, der seinerseits Teil eines weiterreichenden ist und seinen sowohl bestimmten als auch unbestimmten Ort im umfassenden hat. Aus all dem ließe sich ohne Zweifel eine Systematik ableiten, in der es um Kunst ginge, die auf der Hand läge, selbstredend auf keiner wirklichen.

Geschrieben von in Einschreiben um 07:01

Freitag, 15. September 2006

Geht ihr schon mal vor

Meine Absage an die reine Leistungsgesellschaft.

Es sind andere Götter, denen ich mich verpflichtet fühle. Karriere, Status, Macht, Dominanz, Verantwortung, Geld, Besitz, Gewinn, Umsatz, Politik, Mitarbeiter, Wachstum.... Was nützt einem das alles, wenn man mit seinem "Erfolg" alleine da steht? Mit wem soll man anstoßen? Wer freut sich mit einem?

Wenn man bei einer Fahrradtour zu schnell fährt, dann fährt man zwar immer vorne weg und kommt auch als Erster an. Aber warum? Wäre es nicht schöner, mit Gleichgesinnten gleichzeitig loszufahren und zugleich anzukommen? Bei einer Radtour sollte der Langsamste das Tempo angeben. Nicht der Schnellste.

Aber zum Glück gibt es ja das Einzelzeitfahren. Da fährt man gegen die hohe Erwartungshaltung unserer Konsumgesellschaft. Alleine. Schnell und schneller.

Meine Götter heißen Gemeinsamkeit, Gemeinschaft, Gleichgesinnte, Geben. Ich glaube den einsamen, erfolgreichen Singles nicht, wie toll ihr Leben und ihre Freiheit ist. Ich leide immer, wenn ich alleine bin. Kaum ist meine Familie für ein paar Tage verreist, kann ich erst nicht mehr einschlafen und dann wache auch noch um 5.25 Uhr auf.

Deshalb glaube ich nicht, was viele Unternehmen sich zum Ziel setzen. Denn es hat oft nichts mit meinen Göttern, sonderen mit deren zu tun. Und ich muss überzeugt sein. Sonst kann ich auch nichts Überzeugendes geben.

Nichts ist schöner als die vielen Momente mit meiner Familie, mit Freunden. Das Teilen, das Geben, das Miteinander füllt mich mehr aus als alles andere. Genau hier tanke ich die Kraft, um einen Teil meines Lebens alleine überhaupt bestreiten zu können.

Deshalb bleibt mein großer Traum ein Leben, bei dem Freunde miteinander arbeiten, für Freunde und Gleichgesinnte. In einer großen menschlichen Übereinstimmung. Und ich bin auf diesem Weg schon ein gutes Stück weit gekommen. Denn nur hier ist man sicher und frei. Hier kann man sich vollends entfalten. Da, wo man nicht angegriffen wird. Unter seinesgleichen sein. Das bleibt mein Ziel. Ein verrücktes Ziel, wenn man die Augen für die Realitäten unserer Zeit öffnet. Aber es ist es wert. Anders wert als eben nur Geld.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:03

Ich höre gerade Jamie Cullum

Leider muss ich eingestehen, dass ich lange versucht habe, mich gegen ihn zu wehren. Aus allen Richtungen dröhnte es auf mich ein: Kennst du? Hast du? Viel zu jung, dachte ich. Dann auch noch so schnell so bekannt. Der will Jazz singen? Dachte ich. Somit habe ich lange Zeit meine große Schaufel der Vorurteile über ihn ausgeschüttet. Darunter konnte er sich unmöglich hervortun. Selber schuld. In einem ruhigen Moment habe ich dann doch mal rein gehört.

Und.

Und.

Und.

Entschuldigung, Jamie. Aber dein Name klingt wie der Koch, der mich von seinen Buchtiteln schon jeden Abend in der Küche angrinst. Das konnte ich nicht ahnen. Dann bist du auch noch Engländer. Und so jung. Siehst dabei auch noch gut aus. Wo soll da der Blues herkommen? Dachte ich und irrte gewaltig. Cool. Einfach verdammt cool. Somit muss ich fest stellen, du hast an mir sicher nichts verpasst, ich aber an dir.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:01

Wir spielen Fangen

Seit ich denken kann, wollen mich Menschen einfangen. Wir spielen also Fangen. Wir rennen hintereinander her und versuchen, uns durch eine kurze Berührung zu fangen. Du bist! Ich hab dich! Und auch ich beteilige mich auf meine Weise an diesem Spiel. Ich versuche und will Menschen fangen. Gefangen? Befangen? Alles haben Kindergärtnerinnen, Grundschullehrerinnen, Lehrer, Eltern, Geschwister, Bekannte, Freunde, Chefs, Professoren und wie sie alle heißen, die meinen Lebensweg gekreuzt haben, alles haben sie getan, um mich zu fangen. Und ich bin immer irgendwie entwischt. Das kannst du so nicht machen, höre ich sie noch hinterher rufen. Pass auf. Sei vorsichtig.

Und dann gab es so viele andere Dinge, die mich alle einfangen wollten. Die Arbeit, Drogen, das Geld, Autos und vieles, vieles mehr. Noch heute muss ich mich geschickt bewegen, um nicht doch gefangen zu werden. Das gehört zum Spiel. Man läuft weg vor dem, was einem, im übertragenden Sinn, die Freiheit rauben will. Ich habe das Spiel als Kind geliebt. Neben Verstecken spielen. Aber nichts von alledem hat es geschafft, mich letztendlich und auf Dauer zu fangen. Auch hier bin ich immer allen und allem entwischt. Außer dem, das nicht nach meiner Freiheit getrachtet hat.

Es ist das Spiel meines Lebens geworden. Weil ich mich bis heute nicht habe fangen lassen. Ich kann mich einfach nicht fangen lassen. Ich bin immer noch frei. Ich laufe immer noch frei herum. Ich denke frei. Und ich handle frei. Alles was ich mache, mache ich aus freien Stücken.

Wenn es etwas wirklich gibt, was mich eventuell gefangen haben könnte, dann ist es die Freiheit selbst.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Donnerstag, 14. September 2006

Das Ende der Ordnung

Was wäre, wenn Unordnung das bessere Prinzip wäre?

Die Mathematik hat dafür zwei Theorien griffbereit. Geordnete und ungeordnete Reihen. Stellen wir uns ein Lager vor, in dem alle Materialien alphabetisch geordnet sind. Wenn nun eine Bestellung rein kommt, dann weiß das System, wie es die jeweilige Ware finden kann.

Und stellen wir uns ein Lager vor, in dem alles einfach so gelagert wird, wie es rein kommt. Zufällig, immer da, wo Platz ist. Immer der nächste freie Platz. Somit gibt es keine logische Ordung. Sondern eine zufällige. Ist das so?

Einer Zahl folgt logisch die nächste. Außer bei der Zahl Pi. Da folgt keine Zahl logisch der nächsten. Es gibt keine offensichtliche Wiederholung. So lange die Reihe auch wird, es scheint eine zufällige Reihenfolge zu sein.

Somit gibt es unordentliche Ordnungsprinzipien. Diese scheinen den geordneten überlegen zu sein. Denn unser Gehirn zum Beispiel ist auch ungeordnet. Hat aber die Fähigkeit, schnell Verknüpfungen herzustellen.

Wer einen neuen MAC besitzt, der kennt Spotlight. Dieses findet Dokumente schneller als jedes Ordnungssystem. Weiter noch. Es sucht überall. Somit müsste man auf Servern kein aufwendiges Ordnungssytem mehr anlegen. Sondern schmeißt alles einfach auf den Server. Man muss nur logische Bezeichnungen, sprich Verknüpfungen herstellen. In der Benennung des Dokumts. Das war's.

Somit scheint die Zukunft unordentlich besser zu funktionieren. Der Terrorismus führt uns das ebenfalls schmerzlich vor Augen.

Viele Beispiele zeigen schon heute, dass Ordnung Aufwand bedeutet. Und dass der Aufwand, eine Ordung zu erzeugen, größer werden kann als das zu ordnende. Das sieht man zum Beispiel bei der Verwaltung von Arbeitslosen. Hier hat die Verwaltung, also die Ordung schon einen größeren Raum eingenommen als das zu ordnende Thema selbt beannsprucht. In Krankenhäusern nimmt diese Position die Verwaltung ein.

Die Prinzipien, die nun in allen gesellschaftlichen Bereichen zur Geltung kommen, beziehen und begründen sich auf eine veraltete und überholte Sichtweise von Mathematik. Die Moderne versucht, die Unordnung in den Griff zu bekommen.

Somit ist in Zukunft erst alles in Ordung, wenn alles in Unordung ist. Daran werden sich mal wieder viele nicht und andere nur schwer gewöhnen. Aber der Erfolg von Wirkung wird diese Entwicklung nicht stoppen können. In der Automobilindustrie hat sich das längst herum gesprochen. Da kommen nie zwei gleiche PKW hintereinander vom Band. Sondern so wie die Bestellungen reinkommen. Und das hat nur Vorteile.

Stellt euch mal das Chaos als Prinzip vor. Versucht mal, das euren Eltern zu erklären. Die denken, ihr spinnt. Dabei versucht man nur, die Zukunft der Menschheit zu erklären. Nicht mehr und nicht weniger. Ordung ist zu aufwendig, verbraucht zu viel Kapazitäten. Vergeudet Raum und Energie. Und muss auch noch zusätzlich erlernt, gepflegt und verwaltet werden.

Aber immer daran denken: Es geht nicht um Unordnung. Sondern um ungeordnete Reihen. Das ist was völlig anderes. Das hättet ihr gerne. Unordnung. Nein, es geht um eine neue Art der Ordung, die uns mehr Möglichkeiten gibt. Ungeahnte.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 06:53

Woran große Ziele wirklich scheitern

Es sind Pfennigteile, die Ferrari-Träume haben platzen lassen. Es ist falscher Holzklebstoff, der Dächer zum Einstürzen

gebracht hat. Der Teufel steckt bekanntlich im Detail. Nie im Großen und Ganzen. Das holt die Welt der großen Träume immer wieder zurück auf den Boden der Tatsachen. Scheitern kann man nur am Detail. An der Nachlässigkeit, Winzigkeiten nicht gesehen oder nicht bedacht zu haben.

Was ganz nebensächlich im Kleinen und Verborgenen beginnt, führt bis hin zum gigantischen Kollateralschaden.

Wir haben die Welt der Nebensächlichkeiten nicht im Blick und nicht im Griff. Was mit der offen gelassenen Zahnpastatube beginnt, endet im Scheidungsdrama. Was defekte Kontrolllämpchen schon für Katastrophen ausgelöst haben! Ein winziges Zahnrad bricht und der Fahrstuhl steckt fest.

Es gilt, den menschlichsten aller menschlichen Fehler, also den menschlichen Faktor, immer in seine Überlegungen mit ein zu beziehen. Wer das tut, der entdeckt ganz neue Chancen, Märkte, Produkte. Und dessen Ehe hält zudem ewig. Warum haben Zahnpastatuben überhaupt noch Deckel, wenn so viele Ehen daran scheitern? Warum haben Socken keinen Metallstreifen, so dass ein elektronischer Magnet sie automatisch in der Wäschetrommel anzieht? Warum haben Bäder mit zwei Waschbecken auf einer Seite nicht die 5-fache Ablagefläche? Warum gibt es noch Krümel auf dem Sofa? Warum klebt die Fernbedienung noch? Warum das alles? Wenn man doch weiß, dass dieses übel ausgehen kann.

Ich möchte keine weitere Verschwörungstheorie aufwerfen, aber mal ehrlich: das kann doch nicht sein. Ist denn niemandem aufgefallen, dass wir die meisten Probleme kinderleicht lösen könnten? Wir können auf den Mond fliegen, aber bekommen dem Deckel nicht auf die Tube? Das kann mir doch keiner erzählen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 06:50

Mittwoch, 13. September 2006

Ein Lebenszeichen von Herr Martenstein bitte

Man sollte aus einer Mannschaft nie einen herausheben. Das Team ist der Star. Das haben wir nun seit Berti Vogts gelernt. Und Klinsi hat es uns mit Gewalt noch mal eingetrichtert. Aber manchmal, da geht einem dieses ganze Teamgesülze auf den Wecker. Mir auf jeden Fall. Individuelle Klasse muss auch mal herausragen dürfen, damit die jeweilige Eitelkeit auch bei aller Verneinung sich still und heimlich mal gebührend selbst feiern darf. Er war der Beste, was er natürlich nicht so sieht. Ohne das Team hätte er es nicht so weit gebracht. Wunderbar.

Das ist doch nur menschlich. Denn wenn alles so ein Einheitsbrei wird, dann gibt es keinen Grund mehr, Besonderes zu leisten. Siehe unsere selbstgewählte Regierungsverantwortung. Das ist wirklich ein Team. Mitschwimmen, mitreden, mitmachen, mitrennen reicht dann für echte Mitbürger voll und ganz aus.

Nun komme ich endlich zum Punkt. Er ist mein Favorit. Mein Liebling. Das ist eine Liebeserklärung an Herrn Harald Martenstein. Das mache ich lieber jetzt, wer weiß, was in 10 Jahren ist. Eventuell ist er dann völlig außer Form. Und schreibt, wie Pavarotti heute singt. Bei jeder Ausgabe der ZEIT schnappe ich mir schnell als Erster, also noch vor meiner Frau, den Teil "Leben". Und ziehe mir zuerst seine Kolumne "Lebenszeichen" rein und dann "Ich habe einen Traum". Dann geht es mir sofort besser. Das ist wie der erste kühle Schluck Weißbier auf einer Hütte in fast 2.500 Meter Höhe nach 3 Stunden schwerem Auftstieg.

Es ist nicht unbedingt die Qualität seiner Schreibe. Oder die Storys. Nicht die Wortwahl. Es ist, wie wir seit Michael Schumacher gelernt haben, das gesamte Paket. Jeder Text ist in sich eine Überraschung. Immer eine angenehme. Wenn auch manchmal unbequem. Sie gleichen sich nicht. Aber es sind immer Geschichten, die man nur erzählen kann, wenn man hinguckt.

Somit ist er mein liebster Kolumnist, ein Hingucker. Ich hoffe, er empfindet das als Kompliment, wenn er irgendwann diese Zeilen lesen sollte. Hoffentlich, denn es ist das Beste, was mir eingefallen ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:05

Gute Werbung hat große Vorbilder (5)

Bjön Borg = Individualität

Für alle, die es miterleben durften oder mussten: Mit Björn Borg zog weit vor Joschka Fischer und seinen Tunschuhen die Individualität ins Establishment ein. Der Ort war kein geringerer als Wimbledon. Da kam dieser Schwede und machte alles anders und war so anders. Wie wir alle sein wollten. Er spielte eine beidhändige Rückhand. Was sehr, sehr ungewöhnlich war. Und er blieb an der Grundlinie. Und das auf Rasen. Was sehr, sehr ungewöhnlich war. Er spielte einen Schläger von Donney, der einen extrem langen Griff hatte (wegen der beidhändigen Rückhand). Was sehr, sehr ungewöhnlich war. Und dieser Schläger war so extrem kopflastig und brutal hart gespannt, dass man ihn selbst kaum spielen konnte, geschweige denn halten. Auch das war sehr, sehr ungewöhnlich. Und dann hatte er lange Haare. Und diese Stirnbänder. Diesen 10-Tage-Bart. Und seine Körperhaltung ähnelte eher einem Rockstar, der nach einem großartigen Auftritt von der Bühne schleicht.

Er war der andere. Aus einer anderen Welt. Der alles so machte, wie er es für richtig hielt. Und er hat so öfter Wimbledon gewonnen als Bobbele. Der zwar siegen konnte, aber bei weitem nicht das mit- und rübergebracht hat, was Björn Borg verkörperte. Er war der David Bowie des Sports. Und viele folgten ihm.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:02

23

Immer wenn mir diese Zahl begegnet, habe ich im Hinterkopf Michael Jordan. Der die 23 für Viele berühmt macht. Wie peinlich, dass Owen Hargreave diese Nummer bei Bayern München für sich beansprucht. Und David Beckham bei Real Madrid. Diese Nummer ist irgendwie heilig. Wie die 10. Oder die 42. Oder die 13. In den USA wird aus Respekt vor großen Sportlern am Ende einer Karriere die Rückennummer unter die Hallendecke gezogen. Und bei ganz außerordentlichen wird diese Nummer nie mehr vergeben. Nie mehr. So geht es mir mit der 23.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Dienstag, 12. September 2006

Sehnsucht orten

Man versucht sich seinem Sehnsuchtsort ein Leben lang zu nähern. Wobei nähern tatsächlich mit Bewegung zu tun hat: fahren, gehen, fliegen. Gemeint ist der geographische Ort mit Längen- und Breitengrad, mit Tag und Nacht, mit Straßen und Wegen, und Häusern – möglicherweise solchen mit Aussicht. Die Sehnsucht, diesen Ort zu finden, ist in einem drin; der Ort dazu aber irgendwie auch. Wie aber ist der Ort meiner Sehnsucht in meinen Kopf gelangt? Es muss Bilder von Orten geben, die es tatsächlich gibt. Und das stimmt mich hoffnungsvoll, sonst machte ich mich nicht immer wieder auf den Weg, den Ort meiner Sehnsucht zu finden. Dabei habe ich gelernt, dass Abbilder – also Fotos, Filme etc. – ganz selten die Realität so wiedergeben, wie sie ist. Manchmal sogar glatte Lügen sind. Bewusst bin ich mir genauso, dass Texte, die bei der Leserschaft ebenfalls Bilder hervorrufen wollen, nicht selten die Realität eines Ortes zu idealisieren suchen; um damit dem gesuchten Idealbild im Kopf des Lesers zu entsprechen. Das gilt vor allem für Reisekatalogtexte. Aber auch für Beschreibungen wie man sie in manchen Reiseführern liest. Auch der Fotograf – ebenso wie der Autor von Reiseartikeln – hat immer die Möglichkeit einen Ausschnitt des Ganzen zu wählen. Er kann sich, wenn auch auftragsabhängig, entscheiden, was er zeigt oder gerade nicht zeigt. Damit hat er die Macht über den, der seine Bilder betrachtet. Der Betrachter hat keine Wahl, als das zu betrachten, was ihm vorgesetzt wird. Naiv betrachtet der unkritische Betrachter den oder die Ausschnitte als das Ganze. Er macht sich daraus sein Gesamtbild, malt sich sein Panorama aus, und ist schon in die Falle getappt. Mit diesem Bild im Kopf macht er sich auf den Weg. Freimachen kann er sich davon nicht. Unterwegs dann wächst die Erwartung an das Neue gleichzeitig mit der Angst vor der Enttäuschung. Die Enttäuschung – das kennt der Suchende – ist immer möglich; sogar sehr wahrscheinlich. Er findet den Ort schön, ohne jemals da gewesen zu sein; und entwickelt hernach eine Sehnsucht, diesen Ort aufzusuchen. Aber auch der kritische Betrachter mag es nicht, seine Illusion vom verheißenen (zuvor fotografierten, gefilmten, beschrieben) Ort zerstört zu sehen. Desillusionierung tut weh. Und so glaubt er lieber etwas mehr, als etwas weniger, dass er diesen Ort besuchen sollte.
Konsequenterweise sollte man den Ort meiden, in den man sich verguckt hat, den man schon kennt, ohne jemals vor Ort zu sein. Denn wie gesagt: Enttäuschung ist schmerzlich.
Der Ort, der enttäuscht, ist im Übrigen unschuldig daran, dass er enttäuscht. Er hat nicht danach verlangt, dass ich meine Sehnsucht gerade auf ihn projiziert habe. In Gedanken unterwegs zu meinem Sehnsuchtsort kommt die Frage auf: Was eigentlich ist ein Sehnsuchtsort? Welcher Art ist dieser Ort? Was ist typisch an ihm? Was unverwechselbar? Einzigartig? Ich fühle mich nicht berufen, darauf eine allgemeingültige Antwort zu geben. Ich kann nur für mich sprechen. Aber eine leichtere Aufgabe ist auch das nicht. Fest steht wohl, dass der Ort meiner Sehnsucht aus vielen Orten besteht, da ich aus meiner Reiseerfahrung weiß, dass ein einzelner Ort immer unzulänglich bleibt. Den prototypischen Sehnsuchtort zu finden – das kann ich mit Sicherheit sagen – ist unmöglich. Und so paradox es klingen mag: gerade dieses Wissen treibt mich weiter an. Paradox? Vielleicht. Für mich nicht. Weiß ich doch: Der Ort, ob er existiert oder nicht, existiert in meinem Kopf. Das habe ich auch gelernt. Und so folge ich gerne weiter meiner Vorstellung, die mir beständig einredet, der Ort befände sich ganz sicher irgendwo auf dieser Erde. Euphorisiert von der Vision, suche ich weiter, und suche weiter außerhalb meines Kopfes. Und möglicherweise ist die Suche danach, das was die Sehnsucht nach diesem Ort in ihrem Wesen ausmacht. Das gewisse Kribbeln, das ich spüre, wenn ich mich auf den Weg, auf die Reise mache. Mindestens hat der Weg zum Ziel einen wichtigen Anteil daran. Es ist aber immer auch die Suche nach einem Glücksgefühl, vielleicht nach dem Glück selbst. Und dieses Glück empfinde ich ganz stark – auch das habe ich gelernt – wenn ich angekommen bin. Wenn ich bei mir angekommen bin. Und ganz nah bei mir bin. Und wenn ich schließlich meine Gefühle nach meinem Sehnsuchtsort suchen lasse, gehen meine Gedanken zu konkreten Orten und Plätzen, in wirkliche Städte und Häuser, wandern durch ganz irdische Landschaften und kommen auch ans Meer. Diese Orte, die ich in das Bilderbuch meiner Erfahrung eingefügt habe, sind – das kann ich sicher sagen – untrennbar mit dem Schreiben verbunden. Mit dem intuitiven Griff nach einem Schreibwerkzeug. Kaum an dem fremdem Ort angekommen, muss ich schreiben. Alles scheint mir plötzlich interessant. Einige Orte von höchster Produktivität haben einen besonderen Platz in meinem inneren Album: Paris, St. Germain, Café de Flore und das Deux Magos; ebenso eine Parkbank sur la Place de Saint Sulpice; und Elba, da selbst Poggio, das kleine, windige Nest in den Bergen; oder der Gardasee, Torri del Benacco, später auch Riva del Garda; schon früher: Alto Adige, Südtirol, mein Tre Chiese hoch über dem Eisacktal; Katalonien, hinten die Berge und vorne das Meer, Platja sa Tuna und Begúr, die kleine Stadt auf dem Berg mit dem Blick zum Meer; ebenso Santa Margherita Ligure an der Riviera de Levante; und das Oberengadin im Winter, der Eintritt ins Paradies nach gelungener Flucht aus den verregneten Dolomiten, Tage am wärmenden Kamin des Saratz in Pontresina. Solche Orte sind wie das Echo meiner Sehnsüchte. Sie geben mir Sprache. So wie jetzt und hier: Graubünden im Dezember, im Schnee, im Sonnenschein, im Blick die dampfende Therme vor unserem Zimmer, Hotel Therme, Vals; Room 707; ich bin ganz nah bei mir selbst und ich schreibe. Ich

schreibe: die Sehnsucht darf sich nie erfüllen. Das Wesen der Sehnsucht ist, dass sie unerfüllt bleibt, und uns dadurch am Leben erhält.

Geschrieben von in Weite Welt um 22:16

Ein Schiff wird kommen

Fährt ein Roggenschiff, kommt ein Weizenschiff.

Ein kurze Ansprache an die Zuversicht. Heute bist du nicht zu finden. Abhanden gekommen. Du hast dich echt gut versteckt. Keine Spur von dir. Wo steckst du bloß? Alles was ich anfasse, geht in die Hose. Am besten nehme ich den Hörer nicht mehr ab. Breche den Tag genau hier ab. Sonst passiert noch Schlimmeres. Ich sollte aufhören, nach dir Ausschau zu halten. Denn so wie ich dich kenne, versteckst du dich irgendwo und beobachtest mich von da aus. Sicher lachst du dich schlapp über mich, wie sinnlos ich nach dir suche. Aber so bist du: wenn man dich mal wirklich braucht, treibst du Spielchen mit einem. Sonst, wenn alles wie geschmiert läuft, da bist du immer in Reichweite. Aber jetzt, wo ich kurz vor dem Verzweifeln bin, veräppelst du mich auch noch. So bist du, Zuversicht. Genau so. Ich habe alle nach dir gefragt. Überall nachgesehen. Aber du bist wie vom Erdboden verschwunden. Heute. Und alle haben gesagt: Das wird schon. Schlaf mal eine Nacht drüber. Dann sieht die Welt schon anders aus. Ich hasse das, wenn Menschen das zu mir sagen. Weil ich das selbe in der selben Situation auch immer dann vom Stapel lasse. Und Morgen, da stehst du dann wieder vor mir, so als ob nichts gewesen wäre:
"Hallo, wie geht´s? Alles klar? War was?"
Und ich sage nur: "Nee, alles in Butter!"

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 15:19

Das kann man auch netter sagen

Verpisst EUCH. Wäre kürzer und eventuell zutreffender. Hier fiebert gerade eine Zielgruppe dem drohenden, aber zum Glück sicheren Ende entgegen und will dabei nicht gestört werden. Man stört die Ruhe auch von Scheintoten NICHT. Und Hunde an der Leine durchs Wasser ziehen ist wirklich ganz übel. Musik?! Wahrscheinlich dann auch noch diese Negermusik! Das geht gar NICHT.

Ihr müsst ALLE draußen bleiben. Hätte den Nagel auch besser getroffen. Und das mit dem "oben ohne" bei der Altersgruppe, die sich da tummelt, oder besser gesagt rum taumelt, kann man eigentlich auch nur unterstützen. Das ist ja visuelle Körperbeschädigung. Da können junge Menschen ganz üble Störungen abbekommen. Man sollte eine Altersgrenze für oben ohne einführen. Denke ICH.

NICHT erlaubt. VERBOTEN. Rentner haften für NICHTS. Wir wollen unter UNS bleiben. Nur für GEBISSTRÄGER. Die vollen INKONTINENZWINDELN an der Theke abgeben. Also, ich lege mich nirgendwo hin, wo das Wort "NICHT" in Versalien geschrieben steht. Und zur Folter an Tieren aufgerufen wird. Und vor allem, wo KEINE Titten zu sehen sind.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

Und Tschüss

Eigentlich habe ich sie ja lieb gewonnen. Die Briefkästen. Aber es werden immer weniger. Oft passiert es mir, dass ich zu einem gebliebenen Briefkasten schlendern will und dabei die Post einwerfen. Und dann ist er weg. Abgehängt. Es werden immer weniger. Somit muss man schon genau Ausschau halten nach den alten Weggefährten und Kameraden.

Wo stecken die nur alle? Da müssen doch riesen Lagerhallen voll sein mit Millionen von den gelben Jungs. Aber so ist die Zeit. Erbarmungslos. Gestern gehörten sie noch ins Bild unserer Gesellschaft, heute sind sie ein Entsorgungsproblem. Wenn Briefkästen reden könnten!

Aber irgendwie überwiegt die Freude. Denn das ist schon ein bescheidenes Dasein. Bei Tag und Nacht. Bei allen Wettern. Im Schnee. Im Regen. Und im Schneeregen. In sengender Hitze. Da kommt der wohlverdiente Ruhestand doch wie gerufen. Und uns tun ein paar Schritte mehr laufen auch ganz gut.

Nur bald kann ich soweit laufen, dass ich die Post besser gleich selbst vorbei gebracht hätte.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:00

Montag, 11. September 2006

Neue Domain: www.note-blog.de

Jetzt noch einfacher: www.note-blog.de

"Warum kompliziert, wenn es auch einfach geht?", dachten wir uns. Und haben stolze 12 € in die Onlinehand genommen und in diese Domain gesteckt. Wenn jetzt jemand fragt: "Wie heißt der Blog?", dann kann man ab sofort viel einfacher antworten: www.note-blog.de

Dass wir da nicht früher drauf gekommen sind!

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 14:14

Einschreiben 7

Jemand, der bereits verschiedentlich unter anderem Namen/ in anderer Funktion hier aufgetaucht ist, bittet mich, ihm zwei Fragen zu beantworten: „Warum leben Sie in Deutschland?“ und „Warum leben Sie an dem Ort in Deutschland, an dem Sie leben?“ Ich soll Teil einer größeren, gerade durch ihre Nicht-Repräsentativität repräsentativen Umfrage werden, die er aus eben durch ihre Persönlichkeit überpersönlichen Gründen durchführt, um die Antworten zusammen mit Portraitphotographien der Befragten in einer öffentlich privaten Internetseite, die sich „Blog“ nennt, zu präsentieren. Da er mein Freund ist, kann ich ihm die Bitte nicht abschlagen, auch wenn ich nicht weiß, wer sich dafür interessieren soll, außer ihm und vielleicht ein paar anderen Freunden oder Bekannten, mit denen wir nach einem oppulenten Abendessen am besten in Form eines Gesellschaftsspiels Themen wie diese erörtern könnten. Die einzige Schwierigkeit bestünde in der Entwicklung sinnvoller Regeln und eines adäquaten Bewertungssystems, mit dem sich am Ende der Gewinner ermitteln ließe.
1.) Weil Deutsch die einzige Sprache ist, die ich weitgehend fehler- und akzentfrei beherrsche, und ich nicht im Gebirge leben mag.
2.) Weil Berlin/Prenzlauer Berg von allen Orten, die ich kenne, der einzige ist, an dem ich in der Mehrheit bin.
Er versichert mir telephonisch, daß ich damit im Moment gut im Rennen liege.

Geschrieben von in Einschreiben um 09:10

Über große und kleine Löcher

Ich kann mir beim besten Willen keine Namen merken. Also, nicht so wie andere Menschen. Auch keine Daten und Nummern. Das geht so weit, dass ich, wenn ich eine Zahl abschreiben muss, die mehr als 6 Stellen hat, mehrmals kontrollieren muss, ob ich nicht irre. Ein Horror sind alle PINs und Passwörter. Ein Horror. Aber noch schlimmer ist das mit den Namen. Denn mir fallen Namen nicht ein, die ich mir merken können muss. Da war ich 3 x zum Grillen eingeladen. Und die Hausfrau sieht sogar auffallend hübsch aus. Aber kaum treffe ich sie auf der Straße, ist der Name weg.

Lange Zeit habe ich unter diesem Handycap gelitten. Es war mir sehr peinlich. Sehr. Das geht soweit, dass ich Torsten auf dem Weg zum Kunden bis zu 10 x fragen muss: "Wie heißt der noch mal?" Meine Frau hat alle wichtigen Daten im Kopf. Und sagt mir, wann ich Herzlichen Glückwunsch sagen soll. Und den Namen packt sie zur Sicherheit auch noch dazu. Somit bin ich, wenn es um die vielen kleinen Dinge des Lebens geht, nicht überlebensfähig. Aber das macht nichts, gar nichts. Mein Sieb im Kopf hat einfach größere Löcher. Da fallen die vielen kleinen Gedanken einfach durch. Aber dafür bleiben größere Gedanken besser hängen. Das hat seine Qualitäten. Denn wenn Menschen mit einem engmaschigen Sieb im Kopf und welche mit einem grobmaschigen Sieb im Kopf zusammen kommen, dann ergänzen sie sich perfekt. Deshalb sollte man sich diese Qualitäten bei anderen Personen unbedingt sichern. Anstatt sich ständig darüber aufzuregen, dass jemand sich nichts merken kann. Oder sich darüber aufzuregen, dass dem anderen im großen und ganzen nichts auffällt. Man sollte nicht im Wettbewerb mit solchen Menschen stehen. Ganz und gar nicht. Sondern sich diese zum Freund machen, heiraten oder zum Geschäftsführer der eigenen Firma.

Seitdem ich das erkannt habe, habe ich in meinem Leben einige Menschen um mich geschart, die genau das einbringen, was ich nicht kann. Und ich bringe ein, was die nicht können. Perfekt.

Früher habe ich mich zum Beispiel tierisch darüber aufgeregt, was das für Menschen sind, die das letzte Blatt Klopapier nehmen. Bis ich erkannt habe, dass ich einfach das Papier nachlege und mir dafür kein Geburtstag mehr entgeht. Besser. Viel besser. Nutze die Stärken der anderen, um selbst besser voran zu kommen. Und bring deine Stärken ein.

Das ist so cool. Man ärgert sich viel weniger. Und man hat selbst viel weniger Stress. Ein Potential, das man in viel schönere und sinnvollere Sachen einbringen kann. Wunderbar. Hat aber lange gedauert, bis ich dahinter gekommen bin. Also, raus aus dem ständigen gegenseitigen Wettbewerb hin zur wirklichen Gemeinschaft. In der man nicht auf Dankbarkeiten aufbaut, sondern wirklich von einander abhängig ist.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:25

Freitag, 8. September 2006

Ist München das neue Mekka?

Seltsames geht vor, hier in München. Sehr Seltsames. An den Bahnhöfen hängen Plakate, die die für das Wochenende geplanten Teilsperrungen der Bus und Bahnlinien verkünden. Die SWM (Stadtwerke München) richten öffentlich Trinkwasserstellen ein. Ein Freund erzählte mir, dass sich in der Wohnung eines anderen Freundes sogar ein Scharfschützenkommando der Polizei einquartiert hätte, da diese wohl zentral gelegen ist. Und es ist kein Popstar, kein Präsident, keine Fußball-WM dafür verantwortlich – nein: der Papst kommt.

Ich weiß ja nicht, wie das sonst so abläuft, wenn ein Kirchenoberhaupt zu Besuch ist, aber dieses Tamtam ist schon sehr erstaunlich. Ursachenforschung, aber nur in kleinem Maße, nämlich in meinem Kopf. Der Papst, ach ja, der ist ja jetzt Deutscher, nein: Bayer, nein, noch besser: das ist ja jetzt der, der ein ganzes Volk zum Papst gemacht hat – wir sind Papst, und er ist einer von uns. Wenn aber wir Papst sind und der Papst einer von uns, wer sind dann wir und was ist der Papst eigentlich und wer hat ihn/uns denn zum Papst gemacht? Ach ja, die BILD Zeitung, nicht? Ist die BILD-Redaktion das neue Konklave? Das Spaßblatt, das uns ja schon zum „Party-Weltmeister“ machte, (noch immer?) weiter mit uns „Schwarz, rot, geil!“ abfeiert und das jetzt sogar der Arbeitslosigkeit den Kampf ansagt in dem es „Presseausweise für Jedermann“ verteilt („Also, ich finde das nicht gut, nicht gut sowas, ich bin doch schon Hartz 4“ – Manfred Jedermann)? Ich weiß ja nicht.

Zurück zum Thema: Woher also kommt diese Begeisterung, dieser Jubel für den Papst? Ist dem partygeilen Volk langweilig geworden? Haben wir nach unserem nationalen Gemeinschaftsgefühl, welches uns ja die WM beschert hat, nun auch wieder gemeinschaftlich zum Glauben gefunden? „Deutschland, Deutschland – Papst, rot, gold?“ Wohl kaum. Ich stelle mal die vollkommen nicht fundierte These auf, dass nicht mehr als siebzehn Prozent derer, die den Papst am Wochenende sehen, dieses Jahr mehr als zweimal in die Kirche gehen (an Weihnachten plus einem nicht periodisch wiederkehrenden Event wie Hochzeit, Taufe etc.). Wer sich berufen fühlt, dies zu beweisen/widerlegen, möchte mich bitte über das Ergebnis informieren.

Ich schweife ab. Der Papst-Hype, genau, wie kommt es dazu? Das war ja zu dem Zeitpunkt, als der Papst-Besuch angekündigt wurde, schon auf allen Titelseiten zu lesen: Der Bub’ kommt nach Hause, ins schöne Bayern. Und da das jetzt schon alle wissen, kommen auch alle. Also, alle jetzt nicht, aber schon ganz schön viele, wenn man den Vorhersagen Glauben schenkt. Und erfahrungsgemäß sind es dann am Ende sowieso mehr, zumindest immer „mehr als je zuvor“. Das breite öffentliche Interesse liegt wohl zum einen klar an der Publicity für – die Stadt München, Deutschland, die „Sponsoren“ (wer auch immer die sein mögen). Der Papst kommt, die Massen kommen auch, und alle sind glücklich – kann ja auch wenig schief gehen: ein Pop-Konzert kann floppen, die WM kann in der Vorrunde zu Ende sein – wenn aber der Papst kommt, dann ist eigentlich alles geritzt.

Was kosten eigentlich die Tickets? Ach, da kann jeder hin, wenn er früh genug aufsteht (wenn ich mich recht entsinne, fahren die U-Bahnen ab drei Uhr morgens im 10-Minuten-Takt). Das hat schon mal Potenzial. Zumal man sich dann auch noch 500 Euro von der BILD dazu verdienen kann, wenn man den Papst bei etwas lustigem fotografiert, zum Beispiel wie er [das überlasse ich jetzt Ihrer Phantasie – ich werde den Teufel tun und hier über den Papst herziehen, am Ende ist Deutschland das neue Dänemark] macht. Ob man mit einem BILD-do-it-yourself-Presseausweis in die Pressezone rund um den Papst gelangen kann? Ich stelle mir das lustig vor: So circa zweitausend „Reporter“ mit Kamerahandy/Handykamera zwischen all den anderen.

Aber warum gehen alle hin? Von einem Trend zu sprechen, wäre wohl zu viel, schließlich ist das nicht der erste Papst, aber war das auch schon so extrem, als der letzte Papst hier war? Wenn ich wiederum an den denke, dann kommen mir sowieso immer nur zwei Dinge in den Kopf. Erstens: das Küssen der Flughafenbodens (das könnte so ziemlich jeder Flughafen der Welt sein) – und zweitens: die Menschenmassen in Rom nach seinem Tod. Ist München also das neue Rom? Vermutlich nicht, obwohl ich mir so einen Vatikanstaat schon vorstellen könnte, so, sagen wir mal in Neuperlach oder einem der Stadtteile, die man irgendwie eh nur von der Karte kennt. Ich glaube ich würde öfter den Petersdom besuchen, alleine – wenn gerade nichts los ist. Oder einen der zahlreichen anderen Bauten. Das würde dann auch die Reisekosten enorm senken und den Tourismus von außerhalb ankurbeln. Es geht jedenfalls nicht um den Trend, gläubig zu sein, meine ich. Dann kann es einfach nur Sensationsgier sein, à la: „Ich hab den Papst gesehen, damals, 2006 in München“. Bestimmten Medien könnte man gar unterstellen, sie warteten auf einen Skandal, den man nicht verpassen dürfte. Spekulationen hin oder her – nicht jeder ist dem Papst gegenüber friedlich gesonnen. Deshalb wohl auch die Scharfschützen. Also: die von der Polizei. Warum dann aber dieser Ruck im Volk? Einmal den Papst gesehen zu haben, ich weiß ja nicht, wenn man möchte, dann kann man ihn ja in Rom besuchen, mit Glück vielleicht eine

Audienz bekommen, und dann einfach mal bei Tee und Gebäck eine Runde plaudern. Das fände ich wirklich interessant. Ohne Kameras und ohne Diktiergerät. Nicht für andere und nicht aus Schleimerei, nicht kniend und nicht streitend, sondern einfach von Mensch zu Mensch. Aber unter hunderttausend anderen Menschen eine Messe zu zelebrieren, stundenlang zu warten, um dann von ganz weit weg ein verwackeltes Digitalfoto zu schießen? Ich meine, wenn man den Weltjugendtag (heißt doch so, das da, letztes Jahr in Köln, mit den katholischen Jugendlichen, oder?) ansieht, Hand auf's Herz: die jungen Leute treffen sich nicht nur, um zu beten. Und das ist ja über mehrere Tage, glaube ich, oder ist das auch nur ein Wochenende? Egal, jedenfalls werden ja in München auch viele oder überwiegend ältere Semester anwesend sein und die sind ja aus dem Feiern oder Leute aus aller Welt kennen Lernen oder gemeinsam Feiern irgendwie raus. Erhofft man sich also Absolution? Einmal Papst sehen und – hey – die Sache mit dem Paradies ist geritzt! Ist Den-Papst-Sehen das neue Beichten?

Weiter: Ich selbst war nie auf der Love-Parade, aber es gibt da so ein Phänomen, nämlich, dass viele Menschen gar keinen Techno/Schranz/Goa/Rave-Sound mögen, und wenn man eben diese fragt, warum sie denn bitte zur Love-Parade fahren, hört man, in anderer Form, immer die selbe Botschaft: „Wegen der Party!". Und vielen ging es ja mit der WM auch so (Reporter zu einer Jungen Dame im „Schwarz-rot-geil-Look": „Sie sind ja auch total im Fußball-Fieber oder? Und wer ist denn ihr Lieblingsspieler?" – Junge Dame: „Ja, also, ich kenn mich da ja nicht so aus so, aber so der Schweini ist ja schon so ein Süßer und hier geht einfach voll die Party!"). Aber wieso jetzt also dieser Massenauflauf? Ist Beten das neue Feiern? Gut, Gottesdienste werden ja „gefeiert", das sagt man ja so im Allgemeinen, aber wenn man einen Gottesdienst feiern kann, kann man das mehrmals die Woche in der Kirche tun. Muss also ein spezieller Gottesdienst sein, einer mit dem Papst, gut, das ist schon selten der Fall, aber es macht ja auch keinen Unterschied, zumindest glaube ich nicht, dass die Gottesdienste der anderen Priester denen des Papstes in Qualität, Darbietung, Umsetzung und Inhalt nachstehen, weil ja eigentlich alles ziemlich genau festgelegt ist. Von der Wirkung mal ganz abgesehen.

Schauen wir mal bei der Musik nach: Es gibt ja auch kleine, muckelige Rockkonzerte für die wirklichen Fans und dann gibt es so Mega-Festivals für die breite Masse. Ist nun also der Papstbesuch das neue "Rock im Park"? Gehen da die wirklichen Gläubigen nicht hin, sondern nur noch die Trend- und Mainstream-Gläubige, die auch nur da sind, weil alle anderen da sind? Oder ist das gar nicht so wie mit Musik? Jedenfalls ..... worauf ich eigentlich hinaus wollte, jetzt, da ich mich so verstrickt habe: Alternativprogramm – was ist denn eigentlich am Wochenende los?

Geschrieben von in München um 16:54

Das note.leader.ship-Seminar für nur 5.560 €

Nie mehr fluchen. Jetzt buchen.

Führungskräfte müssen hin und wieder mal ans Ruder. Da dies im täglichen Business so gut wie nicht mehr vorkommt, gibt es jetzt das note.leader.ship-Seminar. Dieses beinhaltet für Führungskräfte (und nur für Führungskräfte!) ein 10-minütiges, spezielles Captain-Training. 10 Minuten. Weil ohnehin keiner mehr Zeit hat, haben wir das Seminar diesem Umstand angepasst. Mehr sollte man am Anfang auch keinem zumuten, bei dem die letzte Entscheidung eventuell länger als fünf Jahre zurück liegt.

Das Seminar kostet nur 5.560 €. Darin enthalten ist nichts als 10 Minuten am Ruder eines Piratenschiffs stehen zu dürfen. Das zum Glück auf Land liegt. Und zum großen Glück dabei auch noch sicher auf einem Kinderspielplatz steht. Trotzdem müssen Schwimmwesten getragen werden. Und die DLRG steht immer bereit. Somit sind alle erdenklichen Risiken ausgeschlossen. Es besteht keinerlei Gefahr. Das Seminar ist sogar vom TÜV abgenommen und ISO-zertifiziert. Ihnen kann also mal wieder nichts passieren.

Die Schwierigkeit liegt darin, sich nicht von den Kindern auf dem Spielplatz verdrängen lassen. Denn alle wollen ans Ruder. Und nicht von den Müttern. Die mit allen Tricks versuchen, die Seminarteilnehmer von ihrer Position zu vetreiben. Sondern Sie müssen sich standhaft bis 10 Minuten am Ruder behaupten. Dabei lautstarke Kommandos geben (denen keiner folgen muss). Und eine klare Richtung vorgeben (die irgendwo hinführen könnte).

Hinweis:

Bei den bis dato über 450 Teilnehmern aus den Top-Etagen der deutschen Wirtschaft hat es noch niemand länger als 4,35 Minuten geschafft. Wer es 10 Minuten schafft, bekommt deshalb die Seminargebühren zurück. Wer unter 2 Minuten bleibt, muß die Summe noch an Bord in bar bezahlen, sonst wird er von den Kindern Kiel geholt.

Anmeldungen hier per Kommentar oder per E-Mail. Leider müssen Sie mit Wartezeiten rechnen, weil das note.leader.ship-Seminar bis April 2007 ausgebucht ist.

Haben Sie das Zeug zum Kapitän? Können Sie führen? Werden Ihnen alle folgen? In 10 Minuten und für nur 5.560 € wissen Sie es. Somit können Sie sich selbst, allen Unternehmen und dem Standort Deutschland entweder eine Menge ersparen. Oder wir alle freuen uns auf einen echten Manager mit Führungsqualitäten.

Ausgeschlossen von diesem Seminar sind natürlich alle selbstständigen Unternehmer und Famliienunternehmen, bei denen Angehörige noch am Ruder sind. Für die gibt es ein spezielles Seminar, das wir erst im kommenden Jahr anbieten: ExtremMeeting 2007. Da müssen diese unerschütterlichen und getriebenen Kaliber es 10 Minuten an einem Konfitisch aushalten, an dem 10 von uns gestellte Meetingteilnehmer unentwegt BullshitTalk vom Stapel lassen. Wir müssen das Konzept noch verfeinern und ausarbeiten, weil es bei ersten Tests zu unerwünschten Nebenwirkungen und Ausschreitungen kam. Dazu aber später mehr.

Also, Anmeldung: jetzt. Und schon morgen wissen, wo die Reise lang geht.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:39

Donnerstag, 7. September 2006

Dumm gelaufen

Der Respekt vor der Menschenwürde. Die gute Erziehung. Und die ebenso gute Schule, die man genossen hat. Der Anstand und die Höflichkeit verbieten es, Menschen Dummheit zu unterstellen. Das macht man einfach nicht. Es ist sehr, sehr unhöflich. So sind die Dummen vor sich selbst geschützt. Weil die Etikette es so verlangt.

In der Werbung gibt es oft Momente in denen ich dazu aufgefordert bin, eine Entscheidung diesbezüglich zu überprüfen und auf ihr Verständnis hin zu checken. Dann sage ich immer den selben Satz: Wir dürfen kein Wissen voraussetzen. Mit diesem Satz fährt man ganz gut, ohne jemanden zu diskriminieren. Denn würde ich sagen: Bitte bedenkt die unglaubliche Dummheit, die da draußen herrscht. Dann würde ich zum einen den Anschein erwecken, ich würde mich über andere stellen. Und zum anderen maße ich mir an, die Gesellschaft in Kluge und Dumme aufzuteilen.

In Wahrheit mache ich das auch. Aber man muss das, wie in der Werbung, anders verpacken, sonst macht man sich keine Freunde. Somit stellt sich in der Werbung oft die Frage: Ist das blöd genug, dass auch jeder das schnallt? Schöner verpackt nennt man das dann: Keep it straight and simple. Die immer wieder beschworene Rendundanz dient dem selben Unterfangen. Was jemand beim ersten Mal nicht schnallt, wird so oft wiederholt, bis er es womöglich doch verstanden hat.

Die Werbung orientiert sich also nicht an der Klugheit von Menschen, sondern an der allgemein verbreiteten Dummheit. Deshalb ist sie auch so, wie sie ist. Oft wirklich dumm, aber sehr wirkungsvoll.

Ich umgehe dieses Problem sehr geschickt. Meine Kunden haben in diesen Zielgruppen nichts zu suchen. Und wenn es mal so ist, dann konzentrieren wir uns auf schöne Bilder. Das funktioniert immer. Denn mich bedrückt dieser Umstand. Und ich will nicht dafür verantwortlich sein, das Niveau weiter und weiter in den Keller absacken zu lassen.

Das Dumme an meinem Verhalten ist, dass ich für 90% der Werbung treibenden Unternehmen der falsche Ansprechpartner bin. Denn ich versuche, das Niveau entgegengesetzt nach oben zu manövrieren. Ich bin so eine Art Don Quichote der Kommunikationswelt. Und ich liebe es. Weil ich niemanden für dumm verkaufen muss. Und das ist mir lieber. Denn ein Niveau, das man mutwillig hat absinken lassen, kann man auch mutwillig wieder anheben. Glaube ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Mittwoch, 6. September 2006

SIE!

Ja, genau: Sie!

Sind Sie etwa auch nur auf unsererm hervorragenden Blog gelandet, weil hier ein kleiner, unbedeutender Eintrag zum Tod von, na, Sie wissen schon, steht? Und sind Sie nun enttäuscht, weil Sie hier gelandet sind, wo es keine neuen Skandalreporte und bestialisch-grausamen Details dazu gibt, sondern nur einen traurigen, kleinen Nachruf?
Sind Sie so drauf? Suchen Sie nach mehr Information? Ja?

Dann suchen Sie weiter! Aber nicht hier, wir sind doch kein Revolverblatt!

Und wenn wir schon dabei sind: benutzen Sie doch auch mal die Kommentarfunktion! Nur uns zu Liebe! Damit wir nicht ganz so im Wald stehen. Wir wissen nämlich, dass Sie da waren – aber nicht, ob es Ihnen gefallen hat.

Geschrieben von in Blog Betriebsanleitung um 18:27

Die Erde ist schwer getroffen worden, von einem riesen Meteoriten mit dem Namen SERVICE

Armageddon – der Film mit Bruce Willis – hat es vorweg genommen. Die Gefahr lauert im All. Riesen Meteoriten können auf unseren kleinen blauen Planeten einschlagen. Was das Ende bedeuten würde. Seither hält jeder, der ein Fernglas hat, Ausschau nach dem Brocken aus dem All.

Völlig unbemerkt konnte deshalb ein ganz anderer Brocken auf unseren Planeten einschlagen. Das Datum konnte noch nicht genau ausfindig gemacht werden. Der Ort auch nicht. Aber auf diesem Meteoriten mit dem Namen "SERVICE" war ein Virus aus dem All. Den hat er Huckepack mitgebracht.

Somit geht die wirkliche Gefahr nicht nur von den riesen Brocken aus, sondern auch von kleinen Meteoritchen wie diesem. Unbemerkt hat sich dieser alles zersetzende SERCVICE Virus, in Fachkreisen nur SERVIR 1 genannt, verbreitet.

Kein Unternehmen der westlichen Welt scheint verschont worden zu sein. Wo man auch hinschaut: Zerstörende, zersetzende und alles zerlegende SERVICE Spuren. Wo man früher eine nette Dame am Hörer hatte, steckt man heute in einer SERVICE Hotline fest. Dabei hat früher alles so gut funktioniert. Heute geht nichts mehr. Gar nichts, wenn es mit dem Wort SERVICE gekennzeichnet ist. Deshalb: Halten Sie Abstand von allem, was den Namen SERVICE trägt. Das Tückische an diesem Virus ist, dass er vorgibt, einem ein Problem zu lösen. In Wahrheit verschafft er einem unbemerkt eine Reihe von viel schlimmeren und wesentlich größeren Problemen. Die man so schnell auch nicht mehr los wird.

Sollten Sie also ein glücklicher Mensch sein und das Gefühl haben, dass es Ihnen irgendwie zu gut geht, nehmen Sie einfach mal den SERVICE eines beliebigen Unternehmens in Anspruch. Sie werden schnell bemerken, wie heimtückisch dieser Virus aus dem All ist. Was die Wissenschaft bisher über ihn in Erfahrung bringen konnte, ist, dass er, so wie es aussieht, die nördliche Hemisphäre getroffen hat und eventuell aus Japan stammen könnte. Denn die ersten SERVICE Angebote stammen aus Japan. Obwohl zeitgleich auch vereinzelt welche in den USA zu beklagen waren. Deshalb könnte es auch ein ganzer SERVICE Meteoritenhagel gewesen sein.

Was das Ausmaß der Katastrophe verdeutlicht. Wir sind getroffen. Und die Katastrophe nimmt ihren Lauf. Wir sind vom SERVICE Virus befallen und haben kein Mittel dagegen. Ihr könnt nichts tun. Außer Präventivmaßnahmen ergreifen. Meidet den SERVICE Virus, wo es geht. Das könnte die einzige Chance sein, die wir haben. Sie ist klein, aber sie ist die einzige, die wir haben.

Meidet den SERVICE. Keine SERVICE Hotline. Keine SERVICE Pakete mehr. Keinen Vor-Ort-SERVICE. Keinen einzigen SERVICE mehr. Sonst wird es uns allen schlecht ergehen. Unternehmen, die befürchten, bereits vom SERVICE Virus befallen zu sein, sollten sich bei uns melden. Wir werden sehen, was wir noch tun können. Möge Gott uns beistehen, dass diese Katastrophe ein schnelles Ende findet. Amen!

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 16:00

Die note 500

Mist, das hätten wir doch fast verpasst!

In nur knapp 3 Monaten mehr als 500 Beiträge im note.blog. Wir wissen zwar nicht genau, was das bedeuten soll. Denn es könnten auch 176 sein oder 2.345. Aber in einem anderen Marketing Blog haben sich alle nach 12 Monaten über den 500sten Beitrag so gefreut, dass wir dachten, das macht man so. Und wo es was zu feiern gibt, da sind wir nicht weit. Also, auf die nächsten 500 in ca. 3 Monaten.

Geschrieben von Christof Hintze um 13:28

Die wohl kleinste Tankstelle der Welt

Tankeschön. Was für eine wundervolle Vorstellung. Einfach nur eine einfache Tankstelle. Super und Diesel. Nix die Nummer 12 bitte. Es ist immer die 1. Denn es gibt ausschließlich und alleinig nur die 1. Und sonst aber auch gar nichts. Keine Waschanlage. Kein Ölwechselplakat. Kein Bistroaufsteller auf der Zapfsäule. Keine Klebepunkte. Vor allem kein Service. Keine Rabatte. Keine Bonusprogramme. Und schon gar kein Payback. Einfach nur eine Tankstelle. Ranfahren. Rüssel rein. Voll laufen lassen. Reingehen und bezahlen. Und nichts da mit Kreditkarte oder so. Bar. Bar auf den Tisch. Sprit für Geld.

Kein Bier. Keine Zigaretten. Keine Überraschungseier. Keine Zeitungen. Kein Spielzeug. Nur Benzin. Zurück zum Kernnutzen. Und bitte kein Eis zur Autowäsche morgens um 09.00 Uhr bei 10 Grad Außentemperatur. Willkommen beim Kundennutzen. Was ist ist aus der guten alten Tankstelle geworden? Warum machen die nicht gleich aus den maroden Kaufhäusern Drive-in-Tankstellen. Diesel im Kellergeschoss. Normal Paterre. Super auf der 1. Obwohl, jetzt gibt es sogar noch Sprit Lineextensions: Ökodiesel und V-Power. Sprit Extreme sozusagen. Ich wünsche mir eine echte Tankstelle. Bitteschön. Mehr will ich nicht. Tankeschön.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:31

Bist du einer von uns – da draußen?

Wie soll man das wissen?

Oft denke ich darüber nach, wer diese Zeilen liest. Wann und an welchem Ort. Was für ein Typ ist das? Man kann sich die Menschen zum einen nicht aussuchen. Zum anderen ist es fast unmöglich, sich hierher zu verirren und, was man hier findet, abscheulich zu finden. Denke ich. Außer man googelt aus Versehen mal vorbei. Aber die sind so schnell wieder weg, wie ein Hetero, der sich in eine Schwulenbar verirrt.

Das ist so ähnlich wie für einen Künstler, der mit erleben muss, wer seine Bilder kauft. "Schatz, das Rote, das passt doch ganz toll zu unserem Sofa!" Wer sich in die Öffentlichkeit begibt, muss lernen, diese zu akzeptieren, wie sie ist. Man kann nicht nur geliebt, verstanden und verehrt werden. Das ist absurd. Aber ein schöner Gedanke.

Dann erwische ich mich dabei, dass eventuell tolle Frauen meine Zeilen auch toll finden. Und dass die denken, dahinter steckt sicher auch ein toller Typ. Auch eine absurde, aber sehr schöne Vorstellung. Wenn die wüssten!

Aber am liebsten stelle ich mir vor, zum Beispiel Herr Martenstein oder Herr Hacke schauen mal vorbei. Oder andere tolle Autoren, die ich bewundere. Und dann hoffe ich, dass sie meine Zeilen "gar nicht so schlecht" finden. Auch ein schöner Gedanke.

Aber am allerliebsten hoffe ich, dass es Gleichgesinnte sind. Die sind nicht groß oder klein, nicht dick oder dünn, nicht Mann oder Frau. Nichts von alle dem. Sondern einfach Seelen. Die gleich im Denken, im Sehen, im Zweifeln, im Lachen, im Fühlen und im Vertiefen und Streifen sind. Ausgestattet mit der selben Sehnsucht. Mit den selben Wünschen, Hoffnungen und Vorlieben unterwegs.

Jedenfalls stehen neben meinen Buchstaben schon mal die von Christoph Peters. Und die Bilder von Peter von Felbert. Und neben meinen Gedanken die von Torsten Matthes. Und das ist nicht absurd, sondern wunderbare Realität. Somit hoffe ich, dass es dir hier so gut gefällt wie mir. Du – da draußen.

Ich habe eine richtig gute Zeit. Mit dir. Danke.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:26

deutschland. ein sommermärchen 48: berlin, tegel

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:20

deutschland. ein sommermärchen 48: berlin, hauptbahnhof

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:17

deutschland. ein sommermärchen 47: berlin, schweizer botschaft.

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:02

Dienstag, 5. September 2006

CARAVAN SALON Düsseldorf – Nachbetrachtung

Was ihr da seht, werdet ihr nicht glauben. Es ist das Ende der Werbekultur. Sozusagen das jüngste Werbegericht. Es ist ein Plakat. Ein Plakat. Plakat.

Gesehen in Halle 5 auf dem CARAVAN SALON in Düsseldorf. Und als Herr Matthes und meine Wenigkeit dieses Plakat erblickten, musste ich sofort ein Foto davon machen. Hier hört die Geschichte aber nicht auf, sondern fängt genau hier erst an. Denn als ich meinen Blick vom Sucher nahm, schweifte mein Blick nach links. Zu einer Person, die sich mir näherte. Ich blickte wieder auf das Plakat. Und wieder auf die Person und wieder auf das Plakat. Das wiederholte sich in einem Zeitraum von ca. 5 Sekunden so ca. 80zig mal.

Bis ich sicher war, der Mann zu meiner Linken war das Modell auf dem Plakat. Der mir unaufhörlich die Vorzüge eines Grills darbot. Herr Matthes konnte dieser Situation nur mit geschulter Atemtechnik lebend entkommen. Sonst wäre er ein weiterer Fall von "Ganz klar – tot gelacht" gewesen. Um das zu vermeiden, hat er sich eine Überlebenstechnik angewöhnt, bei der er mit gezielten Atemstößen dem sicheren Lachtod entgeht.

Bei mir entwicklete sich die Lage zunehmend gefährlicher, denn mir fehlten einfach die Worte. Und wer mich kennt, weiß das etwas Besonderes passiert sein musste. Als wir uns nach ca. 3 Minuten Grillkunde dem Stand entziehen konnten, wußten wir: Das ist eine Story für die Nachwelt.

Das Ende der Werbung. Da ist es. Kein Fotograf. Kein Model. Kein Styling. Kein Licht. Kein Logo. Kein Text. Kein Format. Kein nichts. Einfach nur brutal auf die Wirklichkeit gehalten. Wir können gehen. Die Segel streichen. Die Welt der Werbung, dreht sich auch ohne uns unaufhörlich weiter. Und so wie es aussieht, in eine völlig falsche Richtung.

Und glaubt mir bzw. uns, da gab es noch so einige merkwürde Erscheinungen, die nur einen Schluss zu lassen: Die Werbewelt ist arg verdreht.

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 14:00

Urlaubsbilder 2006 - Niederlande (4)

Ouddorp Niederlande. Ende August 2006.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:04

Urlaubsbilder 2006 - Niederlande (3)

Ouddorp Niederlande. Ende August 2006.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:03

Urlaubsbilder 2006 - Niederlande (2)

Ouddorp Niederlande. Ende August 2006.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:02
```

Urlaubsbilder 2006 - Niederlande (1)

Ouddorp Niederlande. Ende August 2006.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:00
```

Uuups, falsch abgebogen

Ohne Navi konnte das ja damals nichts werden.

Ich fuhr so dahin auf meinem Lebensweg. Immer der Nase nach und immer da lang, wo es am schönsten schien. Erst fuhren natürlich eher meine Eltern. Aber irgendwann saß ich selbst am Steuer meines Lebenswegs. Und kaum rase ich so ein paar Jahre los, biege ich total falsch ab.

Rauf auf die Autobahn der Karriere. 4-spurig und großspurig immer gerade aus. Dabei war ich gerade noch hier. Surflehrer in Südfrankreich. Bis hier war alles Bestens:

Ich war in der Sonne. Ich war in Südfrankreich am Mittelmeer. Ich war Surflehrer. Ich war glücklich. Aber alle und alles sagte mir. Das kann es doch nicht gewesen sein. Ein Studium muss her. Ein Abschluss. Und dann eine fette Karriere. Mit jeder Menge Kohle. Somit fuhr ich runter von den Feldwegen und Nebenstraßen, auf denen ich bis dato mein Leben genossen hatte, rauf auf die Autobahn.

Und für lange Jahre sollte es keine Ausfahrt mehr geben. In vielen Staus bin ich gestanden. Überholt habe ich und überholt worden bin ich. So raste meine Leben an mir vorbei. Und Vieles ging in Erfüllung von dem, was einem auf dem Weg der Karriere begegnen sollte.

Trotzdem habe ich die erste Ausfahrt genommen. Und bin runter vom Gas. Wieder zurück auf die kurvigen Landstraßen. Die schönen Alleen mit ihren wunderschönen Bäumen. Auf die Feldwege. Denn ich habe erkennen müssen und dürfen, dass mein Leben nicht auf der Autobahn statt finden sollte. Auf der Überholspur, bei der man an allem vorbeirast. Und zwar schneller irgendwie voran kommt. Aber ich das Rennen und die Ziele nicht verstanden habe.

Ich bin zwar nicht zurück als Surflehrer. Aber ich bin seit Jahren zurück in meinem Leben. Und ich werde sicher bis auf Weiteres auf meinem Lebensweg die Autobahnen meiden.

```
Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01
```

Spurensuche und Spuren verwischen

Wie der Mensch, so die Marken.

Wenn Menschen sich selbst nicht riechen können oder ihren eigenen Körpergeruch verbessern wollen oder von einem vermeintlichen Körpergeruch ablenken wollen, dann benutzen sie Parfum. Oft zu viel. Somit fällt die Aufmerksamkeit genau auf das eigentliche Übel. Wie in diesem Falle – den Geruch.

Marken agieren oft ähnlich. Sie stellen das Problem in den Mittelpunkt ihrer Kommunikation und erhöhen – bisweilen überhöhen – dies somit. Beim Versuch, die Spuren der vermeintlichen Schwächen zu verwischen, tritt genau das Gegenteil zu Tage. Es wird vielen erst bewußt und sichtbar.

Einige Menschen zum Beispiel neigen dazu, alles ständig aufzuräumen und zu putzen. Das tun sie nicht, um wirklich für Ordnung oder Sauberkeit zu sorgen. Sondern um Spuren zu verwischen. Spuren der eigenen Persönlichkeit in der

Vergangenheit. Dieses Übersprungverhalten, Appetenzverhalten dient dazu, Spuren ungesehen und ungeschehen zu machen. Dabei zeugt die Verhaltensauffälligkeit von einem offensichtlichen Problem.

Menschen mit Essstörungen räumen oft und gerne akribisch die Küche auf. Nur die Küche. Damit sie auch hier die Spuren ihres Persönlichkeitsmakels verdecken können. Somit geben Verhaltensauffälligkeiten Aufschluss über das eigentliche Problem. In der Werbung ist das oft ebenso. Das Problem soll kompensiert werden und wird dabei in den Mittelpunkt der Kommunikation gestellt.

Sind die Mitarbeiter nicht motiviert, kommt ein Motivationsprogramm zum Zuge. Welches allen erst mal richtig und offensichtlich vor Augen führt, dass es ein Motivationsproblem gibt. So wird dieses nicht nur thematisiert, sondern auch verankert.

Somit sollten sich die Instrumente der Kommunikation mehr der modernen Psychologie annähern. Es geht nicht darum, das Problem zu verdeutlichen. Sondern die Stärken der Persönlichkeit in den Vordergrund zu stellen und den Umgang mit Schwächen aus einem ganz anderen Blickwinkel angehen zu können. Der viel positiver, konstruktiver, selbstbewußter und vor allem sinnvoller ist.

Es gibt viele Verhaltensauffälligkeiten von Marken und Menschen, die ganz deutlich zeigen, dass jemand Spuren verwischen will. Was aber ebenso wenig funktioniert, wie unter den Teppich Kehren. Man muss die Kraft nicht dafür verschwenden, aufwendig Spuren unkenntlich zu machen. Sondern die Wege zu den Stärken von Marken und Menschen verdeutlichen.

Ein aktuelles Beispiel für meine Theorie ist Günter Grass, der sein Leben lang bemüht war, seine SS-Vergangenheitsspuren zu verwischen. Zum einen, was für ein Glück, ist ihm das so lange gelungen, sonst könnten wir uns nicht mit seinem Lebenswerk umgeben. Zum anderen, was für ein Pech für ihn, da hat es so lange gebraucht, bis er bemerkt hat, dass man die Spuren nicht verwischen, sondern auf den selben einfach gehen sollte. Denn es sind die eigenen. Niemand würde Herren Mandela vorwerfen, weltfremd zu sein, weil er 27 Jahre im Gefängnis war. Deshalb ist das Lebenswerk von Herrn Grass doch nur noch verständlicher. Jetzt erst wird es absolut glaubwürdig, weil authentisch. Wie nur eine Mutter den Schmerz der Geburt beschreiben kann, so kann nur ein Täter die Taten beurteilen. Und an alle Moralapostel, die jetzt den Finger heben, möchte ich nur einen Satz richten: Wer ohne Sünde ist, der werfe den ersten Stein. Und um meine Theorie ab zu runden.

Wir müssen nur mehr Spurenlesen lernen. Aus den Verhaltensauffälligkeiten von Marken und Menschen. Somit können wir Marken und Menschen aus ihrer Zwickmühle befreien. Nicht nur Menschen können paranoid sein, schizophren oder eine Phobie haben, sondern Marken ebenso. Und wir müssen aufhören, die Fehler zu suchen und zu verurteilen. Sondern die Stärken in den Vordergrund stellen. Jeder Mensch kann etwas. Jeder Marke kann etwas. Warum Zeit, Geld und Kraft dafür vergeuden, ewig die Vergangenheit zu verschleiern. Wenn man das alles in seine Stärken investieren könnte.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Montag, 4. September 2006

Der mit dem Krokodil tanzt

Steve Irvine ist tot.

Der als "Crocodile Hunter" bekannt gewordene Australier starb bei Ausübung seiner Arbeit, als er einem Stachelrochen zu nahe kam. Es ist schon eigenartig, dass diesem Mann seine Liebe zum Verhängnis wurde, aber wer mit dem Feuer spielt ... wir kennen den Rest.

Ich war nie ein Fan seiner Sendung (was nicht heißt, dass ich sie nie gesehen habe), aber es gab etwas, was diesen Mann faszinierend machte: seine Hingabe. Die Leidenschaft, mit der er seiner Arbeit nachging. Das Funkeln in seinen Augen, wenn er sich der Tierwelt näherte. Und je gefährlicher es wurde, desto faszinierter schien er.

Irgendwie hat jeder es kommen sehen. Nicht, dass man es ihm gewünscht hätte, aber es schien unausweichlich – und doch unvorstellbar. Es geht nun wieder los: Die Stimmen derer werden laut werden, die "es schon immer gesagt haben", ebenso aller, die "schon immer seine Fans" waren und dann gibt es noch die, denen "das alles ziemlich egal ist, weil anderswo passieren viel schlimmere Sachen" – as usual sozusagen.

Das alles können andere machen, hier geht es um die Leidenschaft und die Hingabe, die man viel zu selten findet. Und in der wir uns wiederfinden: Wir, die kleine Agentur in einem großen Becken voller Haifische, Tiger, Klapperschlangen, Gift spuckenden Pinguine, Killerbienen und derlei Geschmeiß.
Und trotzdem machen wir weiter.
Und weiter.
Und weiter.
Bis uns eines Tages das selbe unausweichliche Schicksal ereilt. Hoffentlich nicht allzu bald.
Bis dahin hoffen wir, dass unsere Augen genau so weiter leuchten, wenn wir uns der Gefahr nähern. Und dabei ab und an an einen Menschen denken, der seiner Leidenschaft nachging – bis zum Ende – aber mit ganzem Herzen und der – auf seine Weise – ein bisschen Vorbild war. Wenn auch ganz anders.

Geschrieben von in Spontaneitäten um 17:40

Fußball

Wenn Menschen etwas lieben, dann machen sie die unmöglichsten Dinge, und man kann mit denen, die etwas lieben, selbst die unmöglichsten Sachen anstellen. Wichtig ist, dass man das Geliebte selbst nicht so liebt. Oder besser gar nicht. Beim Fußball kann man das sehr gut sehen.

Die einen lieben das Spiel – also können sie von den anderen ausgebeutet werden wie die Weihnachtsgans. Liebe macht blind. Da ist alles andere egal. Und genau das machen sich diejenigen zu Nutzen, die davon profitieren wollen. Ich kann behaupten, dass ich dieses Spiel liebe. Ich bin als Jugendlicher beim 1. FC Köln in der Kurve gestanden. Obwohl mein Herz für Werder Bremen schlug. Dann später saß ich bei Fortuna Düsseldorf. Obwohl mein Herz für den FC und Werder schlug. Seit einiger Zeit sitze ich nun bei Bayern, obwohl mein Herz für die Fortuna, den FC und Werder schlägt.

Bei EMs oder WMs lebe ich emotional in einem anderen Universum. Bei Finalspielen ist das ähnlich. Alle zwei Wochen sitze ich in der Allianz Arena. Samstag schaue ich die Samstage dazwischzen fast immer die anderen Spiele. Wenn alle schlafen, schaue ich mir alle Spiele an, die es gibt: Spanien, England, Italien. Die Südamerika-Meisterschaft und die U20, U17 und U16-Spiele. Manchmal auch Zweite-Liga-Spiele.

Dienstags, Mittwochs und Donnerstags schaue ich, wenn es dann wieder so weit ist, die Champions League und den UEFA Cup. Die DFB Pokalspiele schaue ich auch gern. Sogar beim Frauen-Fußball auf internationaler Ebenn bleibe ich schon mal vor dem Fernseher sitzen. Gerne sehe ich das Aktuelle Sportstudio. Oder wenn alle schlafen die Wiederholung auf 3Sat.

Immer wieder schaue ich bei Eurosport rein. Da gibt es alle möglichen Zusammenfassungen. Und natürlich nicht zu

vergessen: DSF. Sonntags. Das Phrasenschwein. Wenn ich es schaffe, auch Sport im Westen und die bayerische Variante. Natürlich habe ich Premiere. Und sicher werde ich auch bald Arena haben. Ich habe eigentlich alle Länderspiele der letzen WM gesehen und ebenso viele bei der letzten EM und der WM davor und der EM ...

Wie gesagt, ich liebe das Spiel. Deshalb kann man mit mir machen, was man will. Am Ende sitze ich vorm Fernseher oder im Stadion. Weil ich es liebe. Liebe ist nicht zu greifen. Ist eine Abhängigkeit, die auf Gegenseitigkeit beruht. Geben und nehmen. Fußball gibt mir viel.

Aber meine Liebe wird immer wieder auf die Probe gestellt. Aber erschüttert hat diese Liebe noch nichts. Jetzt stehe ich sonntags um 09.30 Uhr mit meinem noch nicht mal 4 Jahre alten Sohn auf dem Fußballplatz. Ein Rasenplatz. Die haben Tore mit Netzen in drei Größen. Da sind immer Linien gezogen auf dem Platz. Ich ziehe meine alten Fußballschuhe an und gehe Fußballspielen mit meinem Sohn. Er spürt meine Energie, wenn es um Fußball geht. Deshalb will er immer mit mir auf diesen Fußballplatz. Immer. Er spürt, dass da was in seinem Vater ist, und an diesem Gefühl will er teilhaben. Ich glaube, er weiß nicht, was Fußball ist. Wie auch. Er ist nicht mal vier. Aber er spürt, dass da was ist, was Positives, es fühlt sich gut an, und da geht er dieser Energie einfach nach.

Wenn ich die Liebe zu einem Instrument hätte, würde er sicherlich unablässig Klavier spielen. Kinder spüren die Energie. Beim Fußball ist sie da. Es gibt auch andere Dinge. Ich habe auch andere Interessen. Viele. Wie das Schreiben. Oft sitzen meine Tochter oder mein Sohn mit am Tisch, wenn ich schreibe. Sie haben dann einen Stift und einen Blattpapier und machen Notizen. Sie schreiben etwas auf.

Mit der gleichen Naivität und Unbeirrtheit gehe ich noch dieser Energie hinter her immer und immer wieder. Obwohl man meiner Liebe viel antut. Aber das muss wahre Liebe ertragen können. Zudem weiß ich ja, von wem es kommt. Von Menschen, die es nicht besser wissen können. Weil sie das Spiel nicht so lieben wie ich. Sie spüren diese Energie nicht, die von einem Rasen ausgeht. Vom Lichtkegel eines Flutlichts. Von einem schön gespannten Tornetz. Sie kennen das Gefühl nicht, wenn man auf dem Weg zum Platz über die Steinplatten geht mit den Stollenschuhen. Von all dem und tausend Dingen mehr ahnen die nichts, außer dass man mit der Liebe der anderen viel Geld verdienen kann, wenn man das Spiel selbst nicht liebt.

Wenn das passiert, ergeht es einem wie dem FC Sankt Pauli und anderen. Wer sich verliebt, kann da oben nicht mitspielen. Dieses Lieben stört. Alle Skandale, alle Lächerlichkeiten, alle dummem Regeln und Regeländerungen, alle arroganten Spieler, all diese Millionäre. All diese fetten Funktionäre. All die Geldmacherei. Die peinliche Werbung um den Fußball. All die erbärmlichen Vorprogramme. Alles, was sich je abgespielt hat, hat nicht ändern können, dass der Ball auf dem Rasenplatz in meinem Herzen immer weiter rollt.

Obwohl, wenn man nur einen Augenblick sehen und erkennen könnte und wollte, was sich da abspielt. Müsste man? Aber das könnte ich nicht. Diese Dealer können machen, was sie wollen, so lange der Ball weiter rollt. Mir reicht, dass es so ähnlich ist, wie das, was in meinem Herzen für immer eingeschlossen ist.

Ich bin zufrieden, wenn ich diesen Traum immer wieder ein Stück weiter träumen kann. Dann bin ich glücklich. Eigentlich ist mir egal, was die anderen damit machen. Denn genau dieses Gefühl werden die nie teilen. Was für ein armseliges Leben.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:37

Einschreiben 6

In meinem Rücken schläft ein Mann. Vor ihm auf dem Tisch liegt seine Kamera. Er wälzt sich von einer Seite auf die andere, ächzt. Ich kenne ihn seit langem. Es geht keine Gefahr von ihm aus. Trotzdem ist die Situation ungewohnt. Auch keine Gefahr läßt sich mit Hilfe der Kunst bannen. Ich drehe mich um. Der Mann ist aufgewacht, sieht mich an, winkt. In dem Moment höre ich ein sonderbares Geräusch neben mir, ein rollendes, anderthalb Sekunden. Höchstens. Dann der Aufschlag. Ich schaue auf den Boden. Dort liegt mein Füller. Ohne Kappe. Er muß direkt auf die Federspitze gefallen sein. Sie ist krumm wie ein verbogener Nagel. Die Einschreibarbeit von Wochen wurde zunichte gemacht. Der Mann steht auf und bedauert, was geschehen ist. Allerdings erscheinen ihm als Photograph die optischen Folgen des Absturzes auf dem Blatt - Biegespuren, verwischte Tinte, zerhackte Wörter, gekratzte Striche - weitaus interessanter, als das, was nach einem glatt heruntergeschriebenen Text zu sehen gewesen wäre. All das, was hier steht, hält er im Bild fest. Unterdessen erholt der Füller sich langsam. Statt eine Gefahr zu bannen, arbeiten wir das Unfalltrauma auf. Gemeinsam werden wir es schaffen. Der Mann aus meinem Rücken erweist sich dabei als Freund. (2. 6. 06)

Geschrieben von in Einschreiben um 07:02

Ein Griff ins Klo – Kundenbindung

Kundenbindung ist immer zugleich auch Kundengewinnung.

Denn man kann nichts Neues tun, das nicht aus Altem entstanden ist. Dieses Gesetz haben die wenigsten verinnerlicht. Deshalb müssen vorne immer viele neue Kunden rein, weil hinten viele alte raus fallen. Da wir aber dazu verdonnert sind, immer nur nach vorne zu sehen, sehen wir nicht was in unserem Rücken passiert.

Das Neue ist zu verlockend. Dass man sich ebenso um das Alte bemüht. Wir sind eine Wegwerfgesellschaft, warum sollten Unternehmen mit den Kunden anders umgehen. Kaum hat man einen Vertrag unterschrieben, gibt es das selbe Angebot 3 Monate gratis. Oder für die Hälfte. Und man selbst hängt im teuren Vertrag. Viele Unternehmen haben das einfach nicht drauf. Aber sie bezahlen dafür die gerechte Strafe.

Das ist wie beim Lieblingsitaliener. Man wird immer herzlich begrüßt. Bekommt nachher einen Grappa aufs Haus. Hat einen guten Tisch. Und eines Tages, fragt einen Giovanni, ob ich ein Problem damit hätte, mich da hinten an den Tisch direkt nebem dem Klo zu setzen. An dem alle vorbei müssen, die sich die Hände beim Rein- und Rausgehen nicht gewaschen haben. Weil er den für neue Gäste dringend bräuchte.

Kein Problem, antworte ich. Und bin seit dem nie mehr da gewesen. Seid gut zu den Guten, es lohnt sich.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Freitag, 1. September 2006

Wertlosdiskussion

Die sogenannte Wertediskussion ist eine sinnlose. Sie zählt zu den dankbaren Endlosdiskussionsschleifen. Deshalb wird sie immer wieder gern heran gezogen. Denn über Werte zu diskutieren, bringt so wenig, wie über Sex zu sprechen. Man macht es besser.

Denn jede Wertediskussion ist eine subjektive und gleichmaßen relative Darstellung einer persönlichen Ansicht oder einer Interessengruppe, Partei, Ideologie, Religion. Somit sieht jeder Wert von verschiedenen Standorten aus betrachtet anders aus.

Das macht die Diskussionen noch überflüssiger. Denn mit den Werten verhält es sich wie mit der Moral. Das ist wie eine einzige Perle auf einer langen Schnur, die kann man beliebig hin und her schieben. Und die jeweilige Standortbeschreibung ist immer die richtige. Somit ist jede Standortbeschreibung eigentlich nur eine Standpunktbeschreibung. Und die ändern sich scheller als man denkt, will und ahnt.

Somit wird die Diskussion darüber gern instrumentalisiert, um anderen eigene Interessen aufzudrängen. Dabei sind die Werte so klar wie Kloßbrühe. Man muss nur an die wenigen wertvollen halten. Da haben wir zum Beispiel: Lebenswert – dazu formulierte jemand unlängst treffend und völlig verständlich: Du sollst nicht töten. Noch Fragen? Und ein weiteres schönes Beipspiel ist: Liebenswert. Welche Frage oder welche Diskussion kommt da auf. Eigentlich keine.

Außer – den Menschen wird es einfach zu bunt und langweilig. Dann brechen sie bevorzugt eine Wertediskussion vom Zaun. Was für ein unglaublicher Luxus. Schade, dass wir noch nicht verstanden haben, dass diese Freiheit ein kostbares Privileg ist.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Donnerstag, 31. August 2006

deutschland. ein sommermärchen geht zu ende. hinterriss.

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:51

Blau

Blau ist meine Lieblingsfarbe. Natürlich gibt es tausend Gründe für Blau und ebenso viele gegen Blau und für Grün, Gelb, Schwarz oder Rot. Eine Lieblingsfarbe ist eine Lieblingsfarbe. Darüber kann man nicht streiten. Nicht mal diskutieren. Wenn jemand entgegnet: Meine Lieblingsfarbe ist aber Gelb. Dann muss man das akzeptieren.

Warum nicht immer so?

Die Lieblingsfarbe ist die intuitiv gefühlte und bevorzugte Farbe. Es ist die, in der und mit der man sich am wohlsten fühlt. Fast wie Geruch oder Musik. Wenn die Lieblingsfarbe einen umgibt, steigert das die emotionale Bereitschaft und rationale Fähigkeit. Das ist, wie wenn man in einem Fahrstuhl steht. Der zwei Minuten braucht, um oben anzukommen. Es ist viel schöner, wenn in diesem Musik läuft, die man schätzt. Als wenn man dumpf berieselt wird.

In Restaurants ist das auch sehr wichtig. Die Übereinstimmung von allen Sinnen. Warum nicht das bevorzugen, hinter dem man persönlich am meisten stehen kann. Ich würde mir nie ein rotes Auto kaufen.

Marken haben auch Lieblingsfarben. Und Lieblingsmusik. Und Lieblingsformen. Und Lieblingsgerichte. Und Lieblingsvorbilder. Und Lieblingsorte. Und Lieblingsmenschen. Marken haben auch einen bevorzugten Humor. Oder Lieblingsarten, zu kommunizieren. Die einen telefonieren lieber, die anderen schreiben lieber.

Es geht für Marken vor allem radikal darum, das zu tun, was die Marke am liebsten tun würde. Die meisten Marken würde gern viel mehr tun. Viel mehr lachen. Viel mehr amüsieren. Viel mehr machen. Man muss sie nur ihre Lieblingssachen machen lassen.

Aber wenn jemand Rot liebt und die Marke Blau ist, wird es schwer bis unmöglich. Daran den selben Spaß zu haben. Das ist wie Richard Claydermann im Fahrstuhl. Oder noch schlimmer, in der Warteschleife: Pour Elise. Furchtbar. Wenn das die Marke wüsste und sich wehren könnte.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Mittwoch, 30. August 2006

Gespaltene Persönlichkeiten

Erst dachte ich, was für ein nettes Spielzeug. Für meine Kinder. Als ich durch den Duty-Free-Bereich des Flughafens in Warschau schlenderte. Ich weiß genau, dass es eine solche Mamuschka auch bei uns zu Hause gab. Ob sie Mamuschka heißt, weiß ich nicht. Bei uns hieß sie nur so.

Dann habe ich mir das Objekt mal richtig reingezogen. Wie Grimms Märchen entdeckt man beim genauen Hinhören und -s ehen unglaubliche Grausamkeiten. Alles hat eine versteckte Botschaft. Man muss sie nur entziffern.

Das hier ist das Symbol für alle Schizophrenen. Alle, die mit mehreren Persönlichkeiten durchs Leben laufen. Alle Dr. Jeckyll und Mr. Hydes. Alle, die glauben, nicht nur Hans Müller, sondern zugleich auch Napoleon zu sein.

Multiple Persönlichkeiten. Wenn es ganz übel läuft, stecken da keine netten Persönlichkeitsvarianten in einem, sondern vom eigentlichen Temperament ziemlich abweichende. Warum ich das erzähle? Was das mit Marketing zu tun hat?

Ich wollte auch mal das Schlechte suchen dürfen, anstatt das Gute in einer Idee zu entdecken.

Manchmal muss das sein. Wenn man so viele Ideen verteidigt hat wie ich, überkommt einen schon mal die Lust, Grausamkeiten in Alltäglichem zu entdecken. Haben Sie schon mal über Müllbeutel nachgedacht? Oder über Tiefgaragen? Pizza? Entdecke das Unglaubliche – kann ich da nur sagen. Nichts macht mehr Spaß als eine haltlose Verschwörungstheorie. Wenn man ständig bei der Wirklichkeit bleiben muss.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Dienstag, 29. August 2006

Englische Sprichwörter – english speakwords

"The fish smells from the head." Mein Englisch ist schlecht. Mein Französisch auch. Aber manchmal mache ich mir den Spaß und übersetze deutsche Sprichwörter ins Englische und/oder Französische. Und bin mir sicher, dass es diese da nicht gibt. Und mich niemand verstehen wird.

Aber sicher bin ich mir da nicht. The morning hour has gold in its mouth. Oder: If you think there will go nothing at all, there will be a light at the end of the tunnel. Give the ape no sugar. Auch schön ist: You never know, for what it good is. What Fritzchen not already learned has, learns Fritz nevermore.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Montag, 28. August 2006

Einschreiben 5

Der Computer hat sich selbst eine Nachricht geschickt. Unter dem Betreff 1544535 teilt er sich 5556 mit. Den entsprechenden Angaben zufolge muß es gestern um 11 Uhr 9 passiert sein. Um diese Zeit saß ich hier und bedachte unter anderem das Wetter.
Menschen, die mit sich selbst sprechen, sind nicht ungewöhnlich. Viele hinterlassen sich Botschaften in Form von Einkaufzetteln, Sinnsprüchen, Tagebüchern, kurzen, mittleren und langen Texten. Fände der Computer all die beschriebenen Blätter auf und neben meinem Schreibtisch, hätte er vermutlich ebenfalls Zweifel an meiner geistigen Gesundheit. Allerdings habe ich nie eins von ihnen in einen Umschlag gesteckt, an mich adressiert, mit Briefmarke versehen und auf die Post gegeben. -
Wenn ich es mir recht überlege, kann ich nicht ausschließen, eines Tages genau das zu tun: Vielleicht geschähe etwas mit der Nachricht auf dem Weg durch Hände, Stempel- und Sortieranlagen, in dunklen Säcken, eisigen Laderäumen, und sie käme als eine anderere zurück, selbst wenn die Worte die selben geblieben wären. Um zu wissen, ob der Computer eine ähnliche Hoffnung gehegt hat, müßte ich wissen, was 1544535 und 5556 für ihn bedeuten. (6. 6. 06)

Geschrieben von in Einschreiben um 20:19

Eine neue Schublade in jedem Haushalt

1988 gab es eine solche Schublade noch in keinem Haushalt. Aber dann kam die Digitalisierung und Handysierung unserer Welt. Alles wurde wireless. Plötzlich schossen Ladegeräte und Kabel aller Art nur so aus dem Boden. Alles musste mit allem verbunden werden können. Und jeder hatte seine eigenen, ständig wechselnden Standards. Mit jedem Produktgenerationswechsel blieb eine Menge Kabeladapterundladegerätschrott über. Der häufte sich schneller an als man in der Lage gewesen wäre, sich davon zu trennen.

Denn bis dato war nicht zu glauben, dass man davon nichts mehr, nie mehr, in keiner Form mehr würde brauchen können. Die Entsorgung geht einem bis heute nicht von der Hand. Und so wuchern in allen Haushalten diese Nichtsnutzschubladen. Ein Fall für ebay. Ein Fall für den Sondermüll. Aber, auf jeden Fall, ein Fall für eine dringend notwendige Verhaltensveränderung.

Das modernste Bild unserer Wegwerfgesellschaft liegt in dieser Schublade. Also. Hand auf´s Herz, wer hat nicht ein solche oder ähnliche?

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

Samstag, 26. August 2006

photoblog goes real life

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 21:07

freunde: ralf

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 20:58

Freitag, 25. August 2006

So, Kinder!

Und nun aufgepasst, wir merken uns:

Mein Vater erklärt mir jeden Sonntag unsere neun [.....]!

Erst ist alles, was man an Rechtschreibung gelernt hat, plötzlich falsch und nun auch noch das.
Hat jemand einen neuen Vorschlag?

Geschrieben von um 10:04

Sowas, sowas ...

... was soll man bei einem solchen Tag sagen?

Zu erst einmal verschläft man, was eigentlich nicht so tragisch ist, wenn da nicht Muttern Geburtstag hätte, nun gut, sie freut sich über ihr Geschenk (der Monaco Franze auf DVD – Fischer at its best!), dann setzt man sich in den Zug und aus den anvisierten 20 Minuten Fahrtzeit werden mal eben, schwuppdiwupp, 50 Minuten, weil die Lok einfach zwischendrin stehenbleibt. Dann, endlich angekommen, checkt man seine Mails und liest: "Aus persönlichen Gründen kann ich heute leider nicht nach Dortmund fahren." - Fällt dir aber früh ein, du [zensiert]... also ab und neue Mitfahrgelegenheit suchen (und Gott sei Dank auch finden). Nun ist es gerade einmal halb zehn und man fühlt sich, als hätte man schon einen ganzen Tag hinter sich gebracht. Herrlich. Wenigstens scheint die Sonne. Und es ist Freitag.
Und das eine sag' ich dir, du Tag du: von DIR lass' ich mir ganz gewiss nicht die Laune verderben.
Nein, nein, das kannst du mal ganz klar knicken, haste verstanden?!

Geschrieben von um 09:26

Werbegeschenke - Ein Schiff wird kommen

Werbegeschenke:
Die kleinen Beleidigungen, die so gut gemeint waren. Man sich aber besser hätte schenken sollen.

Mein bester Freund hat mir zum Geburtstag ein Olivenschiffchen geschenkt. Eigentlich nicht er, sondern seine Frau. Denn wir schenken uns nichts. Unsere gute Freundschaft ist Geschenk genug. So hat sie ihn so lange drangsaliert, bis er dieses Ding unterm Arm hatte. Woher? Keine Ahnung. Eventuell aus einem dieser Geschenkartikelläden. Oder sie haben selbst schon zwei und wollten eins los werden.

Das Schlimme an diesem Geschenk ist, dass ich keine Oliven mag. Ich esse alles und von allem viel zu viel. Nur zwei Dinge esse ich nicht: Oliven und Kapern. Zum Glück gibt es keine Kapernschiffe. So schenkt mir mein bester Freund ein Olivenschiff. Genauer gesagt, genau dieses.

Die ganze Geschichte erzähle ich, weil viele Kunden ebenso mit Werbegeschenken umgehen. Da ist es oftmals besser, nichts mitzubringen, als so daneben zu liegen, dass es nur noch peinlich für den einen und beleidigend für den anderen ist. Ich habe das meinem Freund nicht krumm genommen. Denn wir schenken uns ja nichts. Und das war nichts.

Also sind die schönsten Werbegeschenke die, die eigentlich nichts kosten und die alle gerne haben. Und die zweitschönsten Werbegeschenke sind die, mit denen man was anfangen kann. Die unterstreichen, wie man persönlich wertgeschätzt wird. Entweder aus idealistischer Sicht oder aus materieller.

Das beste Werbegeschenkt hätte man aber am liebsten selbst behalten. So viel ist sicher. Das Schiff musste weg und deshalb musste es zu mir kommen. Ein Indiz dafür, dass man es besser im Hafen gelassen hätte.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:02

Als Geld noch richtig gefühlsecht war

Die D-Mark. Das geilste Stück Deutschland, das wir je hatten.

Alle Länder haben etwas. Etwas worauf sie stolz sein können. Also, die meisten. Wir Deutschen hatten nur die D-Mark. Mit nichts haben wir uns alle mehr identifiziert. Der Stolz unserer Geschichte wurde, wie allen bekannt, ja begrenzt. Und plötzlich gab es uns erst seit 1948. Währungsreform. Keine Trikolore. Keine Hymne wurde lauthals heraus geschrieen. Alles, was auch nur im Kleinsten patriotisch gedacht war, wurde immer nationalistisch interpretiert. Das Land der Sünder. Das Land der Täter. Das Land der Geschnittenen und Gemiedenen. Das Land der Aussätzigen. Nach den geschichtlichen Geschehnissen war das auch niemandem zu verdenken. Zwei Weltkriege. Im Zweiten allein 54 Millionen Opfer. Somit war das einzige, was alle sofort an uns wieder liebten und wertschätzen, die D-Mark. Nicht mal die WM 54 hat man uns gegönnt.

Und die Mark haben wir für die europäische Vereinigung weg gegeben. Geopfert. Hätten die Franzosen ihre Fahne dafür her gegeben? Wohl kaum. Die Engländer ihre Hymne? Mitnichten. Die Holländer ihr Orange? Nie. Somit hätten wir nie unsere D-Mark hergeben dürfen. Denn das war unsere Identität. Die einzige. Man hätte eine Währungsunsunion machen sollen, und wir hätte per europäischen Gesetz darauf bestehen sollen, dass wir zum Euro weiter Mark sagen dürfen. Das wäre nicht nur cool, sondern richtig und angemessen gewesen.

Deshalb hier noch mal ein schöner, erotischer und sehnsüchtiger Blick zurück. Als fette Geldbündel in der Tasche weit mehr als Geld wert waren:

Es kommt noch dicker:

Und jetzt wird allen feucht um die Augen:

Ich gebe zu, das ist hart. Wenn man das so unvorbereitet wieder sieht.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

Donnerstag, 24. August 2006

Die Unternehmensflüsterer

So gut, dass niemand weiß, dass ich Unternehmensberatung Rumpelstilzchen heiß.

Die entsprechende Situation wird in diesem Artikel auf wiwo.de ausführlich geschildert.

Wenn Berater patzen

Es ist nicht mein Thema, mich über das Leistungsver- oder Unvermögen von Unternehmensberatungen auszulassen. Weil ich davon zu wenig Ahnung habe. Aber dieser Artikel gießt Wasser auf die Mühlen meines Unverständnisses, wie leichtgläubig und unkritisch gegenüber Beratungsleistungen Unternehmer sind.

Fast wie eine Mode ist es total schick, sich mit den Richtigen viel und lange zu umgeben. Der 500er Mercedes und die 2,5 Mio. € Tantiemen reichen schon lange nicht mehr aus. Mit der namhaften Unternehmensberatung am besten auf dem Golfplatz. Und dann wird in jeder Einleitung darauf hingewiesen: Wie ABC/XYZ (hoffentlich heißt so keine!?) uns überzeugend dargestellt hat ...

Diese Unternehmensflüsterer haben die guten Zeiten hinter sich und schwere vor sich. Die Schoßhündchen der Führungsriegen fallen langsam aber sicher in Ungnade. Der Entscheider ist wieder gefordert, selbst zu entscheiden. Denn jetzt wird langsam sichtbar, dass oftmals außer Honorar und Spesen wirklich nichts genesen ist. Somit ist es an der Zeit, dass es Unternehmensberatungen für Unternehmensberatungen geben sollte. Sind die nämlich mal nur leicht in Schieflage geraten, kippen die um wie ein nasser Sack Zement.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

Meine Mannschaft

Meine kleine, feine Werbeagentur, die Münchner Feinkostkommunikationsadresse, gibt es nun schon seit 1998. Genauer gesagt, seit dem 25. März 1998. Ein Widder. Wie ich. Ich bin nur nicht nur Widder, sondern mein Aszendent ist auch Widder. Das sagt etwas über mein Temprament und das meiner Agentur. Die Kunden haben es über die Jahre sicher nicht immer leicht gehabt. Mit mir.

Aber was mich bis heute wirklich wundert und zugleich begeistert, ist meine Mannschaft. Die eigentlich alle von dem Zeitpunkt, da sie in meine Agentur getreten sind, der Sache treu geblieben sind. Wir haben sehr gute und sehr schlechte Zeiten miteinander durch gemacht. Einige haben den Absprung gewagt und versucht, sind aber wieder bei mir gelandet. Diese Loyalität geht mir manchmal echt zu weit. Diese enge Verbindung ist einem schon mal zu nah.

Aber im nächsten Augenblick, ist es genau das, was mich am meisten an unserer Sache begeistert. Meine Mannschaft hat mir das Wörtchen "Wir" beigebracht. Was sicher nicht leicht war. Hat sich aber in allen mir wichtigen Punkten immer auf mich verlassen. Das daraus entstandene Vertrauen ist so groß. Dass meine Agentur das geworden ist, was ich eigentlich immer wollte. Mehr als nur Arbeit. Mit dieser Mannschaft macht das alles Sinn, Lebenssinn.

Was einige wundern wird, dass zu meiner Mannschaft auch viele meiner Kunden gehören. Die sind gekommen und geblieben. Und auch die haben wilde Zeiten durchleben müssen mit mir. Aber aus mir unerfindlichen Gründen haben gerade die mich ständig ermutigt, die Sache voran zu treiben.

Somit ist das, was ist, nicht mein Produkt. So gerne das auch viele oft so sehen würden. Der Macher. Nein, nichts davon. Alles was ist, hat meine Mannschaft geschaffen, in der ich nur einer von uns bin.

Deshalb gilt mein Dank meiner Mannschaft. Denn ihr seid es, die mir dieses Leben ermöglichen. Ein sehr intensives Leben. So wie ich es mir immer gewünscht habe. Das ist mir im Lauf der Jahre immer bewusst geworden. Was für ein geiles Leben.

Manchmal frage ich mich, ob auch die Bayern-Spieler der 70er heute noch ein Kreuz machen und Gott dafür danken, dass sie in einer solchen Mannschaft spielen durften. Was für ein Glück. Und dann hat man auch noch Gerd Müller in

seinen Reihen. Wahnsinn. Was wäre aus den Bayern, dem deutschen Fußball und aus Franz Beckenbauer geworden, wenn er sie nicht alle reingemüllert hätte? Was für ein verdammtes Glück.

Da muss man doch heute noch dankbar sein. Allein wäre das alles nichts wert gewesen und hätte man nicht eins der damaligen Ergebnisse erzielt. Allein, dass Katsche Schwarzenbeck eines der wichtigsten Tore in der Bayergeschichte gemacht hat, ist doch ein Ding. Das ist wie in Frankreich, 1998, mit Thuram. Der hat vorher und nachher nie mehr getroffen. Aber als es sein musste, weil mal kein anderer getroffen hat, da macht der zwei Buden. Unglaublich. Und im Kleinen, im ganz Kleinen. Im Mikrokosmus meiner winzigen, kleinen, aber feinen Feinkostkommunikations-Werbeagentur gibt es so viele Parallelen. Die die Öffentlichkeit nie sehen wird. Was auch nicht sein muss. Reicht doch, wenn es die wissen, die dabei waren.

Danke. Uns allen. Und wir haben noch ein langes, geiles Leben vor uns.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 07:00
```

Mittwoch, 23. August 2006

Das Blog! Wer hats erfunden? – Die Engländer!

The Blog life. Die wahre Geschichte des Bloggerlebens.

Das Rätselraten um das Urheberrecht von "Das Blog", nicht zu verwechseln mit "Das Boot", ist gelüftet. Wie die Torpedorohre in "Das Boot". Tut aber überhaupt nichts zur Sache. Denn "Das Blog" läuft offline in einer Analog-Test-Version schon seit vielen Jahrzehnten in England. Genauer gesagt in London. Und da ganz genau im Hide-Park. Speaker's Corner. Denn was der Engländer so erfindet, das probiert er so lange aus, bis alle anderen es längst auch erfunden haben. Und dann natürlich viel besser können. Wie den Fußball. Der kommt auch aus England, sagt die Legende. Und was haben die Engländer davon? Nichts! Speaker's Corner soll, Gerüchten nach, genau einen Tag, nach einem Fußballweltmeisterschaftsendspiel 1966 eingerichtet worden sein. Um der Welt den Satz zu erklären: Der war eindeutig drin! Und das erklären sie heute noch allen, die es nicht wissen wollen. Die Version 2.0 der Speaker's Corner ist somit der Vorläufer dessen, was man heute "Das Blog" nennt.

Die Wiege von "Das Blog": England. London. Hide-Park. Speaker's Corner.

Speaker's Corner in England, in London, im Hide-Park. Hier wude "das Blog" erfunden. Offensichtlich.
Die Personen vorzustellen lohnt eigenlich nicht, ihr müsstet die Autoren des note-blogs schnell erkannt haben. Hier haben wir Jahre trainiert. Hier haben wir gefeilt. Hier haben wir alles gelernt. Was heute keiner mit bekommt:

Das müsste eigentlich Herr Matthes sein, oder doch Herr Hintze, nein das ist doch Herr Luther...?!

Ebenso scheint sich die Sache mit "Das Blog" zu entwickeln. Da probieren die das seit Jahren typisch englisch aus. Und jetzt machen das viele Millionen, und die Engländer haben mal wieder nichts davon. Wie auch. Das verblüffende an der Offline-Analog-Test-Version ist, dass diese viel besser veranschaulicht. Was "Das Blog" nichts ans Tageslicht bringt.

Aber das ist eindeutig, Herr Matthes, oder doch Herr Hintze, nein das ist doch Herr Luther...?!

Da schreiben welche in die endlosen Weiten des World-Wide-Webs. Und denken, der Rest der Welt bekommt das mit. Oder interessiert sich dafür. Da werden reihenweise "Offene Briefe" an die wichtigsten Persönlichkeiten geschreiben. Und die wissen nichts davon. Haben nicht mal die leiseste Ahung davon. Die werden keine Buchstaben dieser zahlreichen offenen Briefe lesen. Das Blog denkt, wenn man das ins Internet stellt, dann bekommen das alle mit. Ist so schizophren wie, zu glauben, wenn man vom Friseur kommt, das jeder sofort merkt, dass man eine neue Frisur hat. Auch all die Menschen, die einen zuvor noch nie gesehen haben. Die müssen das doch bemerken.

Das ist ganz klar Herr Matthes, oder doch Herr Hintze, nein, das ist doch Herr Luther...?!

Das Blog ist so eine Art anonyme Minderwertigkeitskomplexe Inhaber. Die jetzt allen sagen können, was sie schon immer sagen wollten und was alle unbedingt wissen sollten. Und jetzt glauben die wirklich, alle, alle wissen das. Der echte Blogger verläßt seine Wohnung jeden Tag ganz vorsichtig. Und schaut, ob es ihm nicht geht wie bei "Leben des Brian". Als er morgens nackt und ganz unbedacht das Fenster öffnet. Und ihm Tausende von draußen zujubeln. Der Blogger denkt, dass er eigentlich berühmt ist, wird und immer kurz davor steht. Deshalb liebt er auch so die Rankings. Die Counter und Positionen bei Google. Ich weiß, wovon ich spreche. Denn auch ich bin ein Blogger. Und ich müsste lügen, wenn ich diese auffälligen Wesenzüge von mir weisen wollte. Sie treffen alle zu. Und es ist wunderbar. Denn diese Zeilen können jetzt theoretisch 6 Mrd. Menschen lesen. Und ich habe heute so ein Gefühl, dass es alle tun werden.

Unverwechselbar, das ist Herr Matthes, oder doch Herr Hintze, nein, das ist doch Herr Luther...?!

Einen haben wir noch: Das müsste doch endlich Herr Matthes sein, oder doch Herr Hintze, nein, das ist doch Herr Luther...?!

Ähnlichkeiten mit anderen bekannten Bloggern sind rein zufällig. Das ist doch der Walkenhorst?

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:03

Wortgewaltig

Was man nicht im Kopf hat, muss man sich halt auf einen Zettel schreiben.

Christof Hintze, 2006

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:01

Nicht riechen können

Vor langer, langer Zeit, ich war noch wohnhaft in Düsseldorf, da trug es sich zu, dass ich einen Vorgesetzten hatte. Nennen wir ihn Peter L. Denn auch heute gilt es, die Privatsphäre von Menschen zu schützen. Dieser war zu jener Zeit CD in der Werbeagentur E&P in Düsseldorf, wo sonst.

Und er hatte die unangenehme Angewohnheit: er roch. Und zwar sehr. Penetrant nach Angstschweiß. Das war so extrem, dass, wenn man ein Meeting in seinem Zimmer hatte, man das nur durch Atemtechnik überleben konnte. Oder man musste die paar Sekunden überleben, bis man das Fenster aufgerissen hatte. Und natürlich auch genau da Platz nehmen.

Das seltsame war, dass er das selbst offensichtlich nicht wahrgenommen hat. Oder zumindest falsch. Denn er stopfte sich den ganzen Tag Atembonbons rein. Fishermans Friend. In allen Farben und Formen. Obwohl er eigentlich keinen Mund-, sondern starken Körpergeruch hatte. So lange ich da war, hat ihn niemand darauf hingewiesen. Keiner hat jemals in meinem Beisein, oder meines Wissens geäußert: "Mensch, du riechts so streng!", oder einfach "Du stinkst!". Keiner. Niemals.

Diesem Umstand gesellte sich noch ein weiterer hinzu. Wir konnten uns nicht riechen. Aber er war mein Chef. Einer meiner zahlreichen Chefs. Wenn man morgens ins Büro kam, konnte man zweifelsfrei erkennen, in welche Richtung er als letztes über den Flur gegangen ist. Denn dieser Gestank lag wie kalter Zigarettengestank, was sag ich, stand in der Luft.

Wollte man ihm also aus dem Weg gehen, musste man nur dem Gestank ausweichen. Musste man ihn aufsuchen. Musste man nur dem Gestank folgen. Was mich bis heute an diesem Umstand unglaublich irritiert und mich für mein Leben geprägt hat. Wenn du oben bist, sagt dir niemand mehr die Wirklichkeit, von der Wahrheit mal ganz zu schweigen. Die sagen dir nicht mal, ob du die Hose offen hast, einen auffälligen Fleck im Schrittbereich. Oder ob du unangenehm riechst. Wenn den Menschen die offensichtlich menschlichen Aspekte nicht mal über die Lippen gehen. Dann weiß man auch wie es um alle anderen bestellt ist.

Deshalb ist es so wichtig, egal, wo man ist und wer man ist, dass man seinen eigenen Sinnesorganen genügend Aufmerksamkeit schenkt. Oder zumindest einen Menschen kennt, der sich traut zu sagen: Mensch, du stinkst.

Das genaue Gegenteil von diesen natürlichen Stinkern sind die total Überparfümierten. Die sich ebenfalls aus anderen Gründen nicht selbst riechen können. Oder zumindest verhindern wollen, dass andere den eigenen Geruch wahrnehmen. Das ist ebenso unerträglich.

Also, man kann sich, je höher man kommt, auf immer weniger Menschen wirklich verlassen. Deshalb muss man die wenigen, oder den oder die eine hegen und pflegen. Denn, wenn die Wirklichkeiten und Wahrheiten nicht mehr zu

einem vordringen, dann ist man schon auf dem falschen Weg. Dem Holzweg.

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 07:00

Dienstag, 22. August 2006

Was sind das für Menschen?

Es gibt Menschen, die sammeln Schneekugeln. Menschen sammeln alles Mögliche. Aber ganz bestimmte sammeln Schneekugeln. Es sind meist weibliche Menschen. Irgendwann hatten sie mal eine. Dann wurden es mehr. Erst aus Versehen. Dann wurden Schneekugeln gezielt von überall mit gebracht. Gäste waren selig. Denn man wußte immer, was man mit bringen konnte. Und so kamen schöne, kitischige, witzige und seltsame zusammen. Ohne und einige auch mit Musik. Und die Krönung der Schneekugelwelt sind die fantastischen.

Dann ist Schluss. Man hat erstens zu viele. Keinen Platz. Und die Dinger stauben auch irre schnell ein. Und wenn Kinder dazu kommen, wird das Leben und vor allem das Überleben für die Schneekugeln sehr anstrengend. Das ist der Zeitpunkt, an dem sie in Kisten für lange Zeit verschwinden. Und nur einige wenige, die schönsten eben, geben einen Hinweis, dass irgendwo noch sehr viele schlummern.

Ich glaube, es sind Menschen, die sich weigern, einen Teil ihrer Kindheit abzulegen. Denen das spielerische Moment in ihrem Alltag immer noch wichtig ist. Die gern fantastische Geschichten träumen. Die an das Gute glauben. Deren Lebenstraum es ist, das Glück für immer wie in einer Schneekugel einzufangen.

Diese Geschichte widme ich dem 22. August. Und einem Menschen, der mich seit vielen Jahren aus einer Schneekugel anlächelt. Danke. Auch ich bemühe mich, das Glück fest zu halten. Und das sagt einer, der früher unter anderem alte Eierbecher gesammelt hat. Bitte fragt mich nicht, warum. Ich weiß es nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 12:30

20. August, wie schön - ein Regenbogen am Ammersee

Wie verdammt fotografiert man einen Regenbogen? Zum einen ist er zu groß, zum anderen kann man das Lichtspiel nicht einfangen. Also, ich nicht. Aber ich habe es wenigstens versucht! Ich schreib dann mal weiter. Aber was ihr leider nicht sehen könnt, es war ein Ganzer und noch ein Zweiter darüber (42 Grad & 52 Grad). Wunderschön.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 11:21

Als Fußbälle noch Eisenkugeln waren

Wenige könne sich noch daran erinnern. Aber Fußbälle waren in den 70ern mehr Kugeln. Ein Kopfball war immer eine besondere Herausforderung. Vor allem, wenn der Ball hoch und weit und zudem hart geschossen war, und der Aschenplatz vom Regen ganz schlammig. Wenn ein solcher Ball aus dem Strafraum bugsiert werden musste oder ins Tor, dann war eine schwere Gehirnerschütterung die logische Folge. Denn es waren mehr Eisenkugeln, die da gegen das Hirn schepperten.

Um die Schuhe war es nicht besser bestellt. Gegen die Fußballballettschühchen der heutigen Zeit waren das mehr Wanderschuhe. Oder Arbeitssicherheitsschuhe. Warum erzähle ich das?

Weil es aus Sicht von heute unvorstellbar erscheint, was damals an der Tagesordnung war. Auch wenn man selber leibhaftig dabei war. In der Werbung gab es eine unvorstellbare Zeit vor den Computer. Ohne Drucker. Ohne Scanner. Ohne Digicam. Ohne QuarkExpress und Adobe. Ohne alles, was heute da so täglich benutzt wird. Da standen nur Schreibmaschinen herum. Und Stapel von Papier. Das Telefax war gerade erfunden und Schwarz-weiß-Kopierer waren sehr teuer, aber sehr hilfreich. Da gab es Letraset und Fixogum. Da ging man noch in die Dunkelkammer.

Kurz gesagt: Auch in der Werbung, gab es damals im übertragenen Sinne nur Kugeln. Unglaublich, dass man mit den Mitteln überhaupt nur einen Katalog, geschweige denn eine Anzeige rechtzeitig und on budget fertig bekommen hat.

Aus heutiger Sicht ist das unvorstellbar. Wenn ich nur darüber nachdenke: Eine Welt ohne Apple Computer und alles drum herum. Da bekomme ich Herzrasen, Panikattakten, Hautausschlag und Atemnot.

Wie haben Mensch so leben können und vor allem überleben? Wahnsinn. Fahrlässig und aus heutiger Sicht unverantwortlich. Das Witzige ist nur, dass wir in 20 Jahren das selbe über die heutige Zeit sagen werden. Und das ist noch verrückter, dabei haben wir alles und das auch noch perfekt. Was soll da noch kommen. Der Handybeamer? Der Gedankenausdruck? Oder die Ideenprojektion direkt aus dem Hirn auf eine Leinwand? Oder die Konzepttelepathie? Oder ...?!?! You never know.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Berechtigte Zweifel an der Intelligenz

Auf der einen Seite ist es in unserer Branche lebensnotwendig, überzeugend zu sein und keine Zweifel zuzulassen. Auf der anderen Seite gibt es Menschen, die wirklich keinerlei Zweifel haben und gänzlich davon überzeugt sind, auf jeden Fall richtig zu liegen. Diese Menschen sind von zu Haus aus im Vorteil. Denn sie hegen keine Zweifel. Ich glaube, Herr Altbundeskanzler Helmut Schmidt hat es mündlich auf den Punkt gebracht: "Das ist der ganze Jammer: Die Dummen sind so sicher und die Gescheiten so voller Zweifel."

Somit sind die Intelligenten im Hintertreffen, weil sie berechtigte Zweifel zulassen. Der Dumme aber nicht. Der glaubt so sehr und voller Überzeugung auch an den dümmsten Einfall, dass ihm nicht zu helfen ist. Somit ist das Erzielen und Erreichen nicht immer eine Frage der Intelligenz.

Sondern, wenn ich mich so umblicke, auch eine Frage der nötigen Dummheit.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:00

Montag, 21. August 2006

Samstag 19. August am Ammersee. Das Leben ist wundervoll.

Lieber Peter, ich wollt auch mal ein schönes Foto machen. Technisch ist das ja ein Kinderspiel. Aber ich sage dir! Ich schreibe dann doch lieber. Viel lieber.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 10:18

Einschreiben 4

1928 formulierte der berühmte Physiker Niels Bohr das Prinzip der Komplementariät, demzufolge zur Beschreibung eines (sub-) atomaren Objekts Vorstellungen und Begriffe erforderlich sind, die sich nach dem Verständnis der klassischn Physik nicht miteinander vereinbaren lassen und daher prinzipiell gegenseitig ausschließen.
B. erzählte in vertrauter Runde, daß über der Eingangstür des Sommerhauses eben dieses Niels Bohr ein rostiges Hufeisen genagelt gewesen sei. Für einen Beitrag über Bohrs Leben und Werk hätten ein oder mehrere Journalisten, - ob Fernsehen, Rundfunk oder Zeitung, wußte B, nicht -, ihn dort besucht. Beim Betreten des Hauses sei dem oder einem der Journalisten das Hufeisen aufgefallen. Er wunderte sich sehr darüber und fragte Bohr, wie er als Physiker, als Mann der Wissenschaft, derart kindischem Aberglauben anhängen könne: Er glaube doch nicht ernsthaft an so etwas, oder?! - Nein, natürlich glaube er nicht an diese Dinge, antwortete Bohr, aber das sei kein Problem: Man habe ihm versichert, es funktioniere auch, wenn man nicht daran glaube.
Daraufhin warf W. ein, B. habe dieselbe Geschichte bereits bei einer früheren Gelegenheit zum Besten gegeben, was B. wiederum bestritt, mit dem Argument, ihm sei die Geschichte selbst erst vor wenigen Tagen erzählt worden und er habe W. seitdem noch gar nicht gesehen. W. ließ sich davon jedoch nicht überzeugen und blieb bei seiner Meinung. Als das Thema gewechselt wurde, stand noch immer Aussage gegen Ausage. (31. 05. 06)

Geschrieben von in Einschreiben um 07:03

Namensverwicklung

Oft benötigen Firmen Namen. Entweder für sich selbst. Weil sie ganz neu sind. Oder einen ganz anderen, weil sie nur noch ganz anders in Erscheinung treten dürfen. Dann benötigen Unternehmen noch ganz viel mehr Namen für Produkte und Dienstleistungen. Und zwar ständig. Wenn man das mal mit allen Unternehmen und deren Produkten und Dienstleistungen multipliziert. Und dabei berücksichtigt, wie schnell Produkte und Dienstleistungsgenerationen an uns vorbei rasen. Und das jetzt mal mit den Kontinenten und Ländern dieser Welt multipliziert. Und das alles mit geblockten Webadressen multipliziert, auf denen irgendwelche Studenten hocken, weil sie das große Geld erwarten. Und dann muss man noch alle namensrechtlichen Einträge berücksichtigen, die in den Markenschutzbehörden dieser Welt schlummern. Dann gibt es eine Art Namensnotstand.

Und wo die Not besonders groß ist, da gibt es welche, die besonders viel Kapital daraus schlagen. Die in der Not all den Unternehmen Namen verkaufen, die gerade noch zu schützen sind. Das ist sehr teuer und sehr aufwendig. Denn die teuersten sind so teuer, weil sie wenig kreativ sind. Und deshalb ständig auf Namenstretmienen stoßen. Weil sie natürlich nur da suchen, wo alle suchen. Und nur das versuchen, an zu melden, was alle versuchen würden. Dieser Namensnotstand wird also ebenso brutal ausgeschlachtet wie alle Notstände auf diesem Planeten. Dabei ist die Lösung oft so einfach und günstig. Aber das kann nicht sein, denken da die Kunden. Das kann einfach nicht sein. Bei den ganzen Gefahren, die da lauern. Auf die man ständig hingewiesen wird. Das hat was von der Anfangsequenz aus dem ersten Indiana Jones Film, als er sein Leben riskiert, um an dieses goldene Ding zu kommen.

Aber, man muss auch gönnen können. Somit kann ich diese unkreativen Namensdealer nur beglückwünschen. So einfach verdient in dieser Branche kaum noch jemand sein Geld. Bis auf Messebauer eventuell.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Alle hinterher

Das Verwunderliche an Trends ist, dass sie wie aus dem Nichts entstehen. Und dass – hat sich das Format erst einmal bewährt – alle wie Lemminge hinterher trotten. Und es nachmachen, kopieren, strecken, abwandeln, verändern und Line-Extensions in alle erdenklichen und meist auch unvorstellbaren Richtungen machen. Bis das Thema so was von durch ist, dass es allen zum Hals raus hängt. Dann muss eben was Neues her.

So sitzen in vielen Firmen Menschen, die nur danach Ausschau halten, was bei anderen funktioniert, um es dann als ihre Idee zu verkaufen.

Im Fernsehen gab es die Super-Nanny. Die hat Eltern und Kindern die Leviten gelesen. Plötzlich waren auf allen Kanälen solche Pädagogen und haben Massen von Familien wieder hingebogen. Dann gab es die Kochberater. Jetzt gibt es Ernährungsberater. Und der Trend baut sich auf zu einem Beratungsinferno.

Somit warte ich persönlich auf die Beischlaf-Nanny. Die steht dann in deutschen Schlafzimmern und bewertet die Choreografie eines verzweifelten Paares. Und gibt Hilfestellungen. Und alle schauen zu, wie man es sich so richtig bestellt.

Sehr schön wär auch die Auto-Nanny (natürlich männlich). Die (der) bei Frauen mit fährt und ihnen mal erklärt, wie man auf eine Autobahn auffährt. Warum das unter ihnen liegende Stück Straße Beschleunigungsspur heißt.

Auch freuen würde ich mich auf die Elfmeter-Nanny, da würden deutsche Fußballer Engländern und Argentiniern mal stecken, wie man den Ball aus 11 Metern in ein Tor schießt.

Und so könnte es dann weiter gehen: die Chef-Nanny. Für total unbeliebte Chefs, die auch mal beliebt sein wollen. Die Lehrer-Nanny, die Kanzler-Nanny und so weiter und so weiter. Bis es die Nanny-Nanny gibt. Dann ist es aber höchste Zeit für einen neuen Trend.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00
```

Freitag, 18. August 2006

Aufgeschnappt

Präventiv-haltlose Gewalt ist unmöglich und Weglaufen geht nicht. Der Ausweg ist Kommunikation.

Wo? Wenn ich das doch nur wüsste.....

Geschrieben von in Wilde Thesen um 09:45

Leichtmatrosen

Irgendwie leben wir in einer Welt, in der immer mehr Leichtmatrosen das Sagen haben. Am Riesensteuer stehen. Das so groß ist, dass man die Kleinen fast nicht sieht. Die Richtung ist eigentlich vorgegeben. An den Rudern dieser Gesellschaft stehen immer mehr Herr Unerfahren und Frau Fahrlässig. Keiner weiß genau, wie sie dahin gekommen sind. Eventuell haben sie in einem Preisausschreiben gewonnen oder in einer dieser Fernsehsendungen wie "Deutschland sucht den Vorstandsvorsitzenden". Keiner weiß genau, wo die zuvor zur See gefahren sind. Plötzlich stehen die da. Mit Kapitänsmützen, die ihnen über die Ohren bis auf die Oberlippe rutschen. Aber 4 Streifen. Oder 4 Sterne. Und immer im feinen Zwirn.

Und so drehen sie an den großen Rudern der Supertanker diese Gesellschaft. Und sie kurbeln überraschend mal nach da und plötzlich nach dort. Um schon wieder doch nach da zu kurbeln. Und auf Deck, da steht die Mannschaft. Wechselt Blicke. Und denkt, was macht der Leichtmatrose da. Wenn der die Richtung wechseln will, von einem Schiff, das eigentlich auf Kurs liegt, dann muss der lange das Steuerrad in eine Richtung einschlagen, bis das ganze Ding überhaupt mal anfängt, nur einen Strich vom Kurs ab zu weichen. Aber bevor es überhaupt nur den Anschein hat, dass sich etwas richtungsweisend ändert, grinst da schon wieder der nächste Leitmatrose von der Brücke.

Das erinnert mich an Legoland. Da können Kinder auf einem Legoschiff mal Kapitän sein. Und wenn man sich eine Weile dort hinsetzt. Sieht man die Vorstände der Zukunft an sich vorüber gehen. Wie sie da kurbeln und Anweisungen über Bord schmeißen. Herrlich. Den ernsten Blick, den sie jetzt schon dabei machen, der wird sie ein Leben lang begleiten.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Favorite Art – Leonardo da Vinci

Das Bild, das seiner Zeit einige hundert Jahre voraus war. Oder wie ein sehr intelligenter Mensch mal feststellte: Das Genie ist seiner Zeit nicht 100 Jahre voraus, sondern der normale Mensch ist seiner Zeit 100 hinterher. Deshalb stellt dieses Bild einen Meilenstein der Kunst dar, denn die Perspektive nahm Einzug. Der Raum wurde entdeckt. In alle Himmlesrichtungen. Somit hat Leonardo da Vinci den Blick auf die Welt revolutioniert, wie nur wenige Andere nach ihm. Deshalb gehört es zu meinen Lieblingsbildern.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:00

Donnerstag, 17. August 2006

Heimliche Liebe

In vielen Gesprächen offenbaren mir Menschen ihre heimlichen Lieben. Warum mir? Denke ich dann oft. Sie erzählen mir ganz freimütig, was sie wirklich denken, wie sie wirklich ticken. Aber?!? Aber sie können eben nicht anders. Oder noch nicht. Dann erzählen sie, was sie alles tun – wenn, dann. Und wie unabhängig sie sind. Sie können alle jeden Augenblick einfach los lassen. Das würde ihnen nichts ausmachen. Aber?!?! Wie sehr sie sich verbiegen und verstellen müssen, um im Dschungel der Businesswelt überleben zu können. Wie sehr sie das ganze Affentheater verabscheuen. Wie sehr sie ganz anders sind als all die anderen. Aber?!? Ich höre mir das an. Alles. Und hier und da nicke ich, zeige Verständnis. Unterstütze alle Gedanken der Freiheit. Und so verurteilen wir die dunkle Seite der Macht und was sie aus den Menschen macht. Aber!?!? Dann kommt die Phase, in der sich die Übereinstimmungen wie ein ganzer Wasserfall ergießen. Aber?!? Geht nicht. Kann man nicht machen. Ist Politik im Spiel. Haben wir immer so gemacht. Die letzte Phase dieser Gespräche endet dann immer mit den selben guten Vorsätzen, man müsste mal, man sollte mal. Und dann geht man auseinander.

Was ist das, was Menschen dazu anhält, in einer zweiten Welt zu leben? Und nicht in ihrer eigenen. Was ist es, das diese Menschen glauben macht, sie wären etwas anderes in dieser zweiten Welt? Und was ist es, dass sie mir das alles erzählen? Wenn Männer zu Prostituierten gehen, machen sie das mehrheitlich, um sich mal mit einer Frau ungezwungen unterhalten zu können. Also, was Männer als ungezwungen empfinden. Und sich ebenso ungezwungen körperlich zu verhalten? Prostiuierte können ein Lied davon singen, wie Männer ihr wirkliches Herz bei ihnen ausschütten. Prostituierte fragen sich bestimmt dann immer: Warum erzählen die das alles mir und nicht ihrer Frau, Freundin, oder wenigstens einem Freund?

Die Antwort scheint mir so einfach wie klar: Wir schütten unser Herz da aus, wo wir uns am schuldigsten fühlen. Der Mensch idealisiert alles aus anderen Welten, weil er sich in seiner so gar nicht frei und sicher fühlt. Deshalb ergeht es so bestimmt auch Animateuren, die sich ständig anhören müssen, was die Urlauber eigentlich und viel lieber jeden Tag machen würden. Überall, wo der Mensch zur Ruhe kommt und sich schuldig fühlt, erzählt er allen, was er eigentlich für ein Mensch ist, aber es nicht sein kann. Aber?!? Nichts, aber.

Mich wundert nur, ich bewundere sogar mit welcher Kraft und Energie sie diese ganzen falschen Vorstellungen und Versprechen ertragen können. Jeden Morgen beim Blick in den Spiegel. Denn ganzen Tag bis in den Schlaf. Und dann wird man von diesem Doppelleben auch noch im Traum begleitet. Ich hätte einfach nicht die Kraft und die Energie und ich habe gar nicht die Möglichkeiten, ein solches Doppelleben zu führen, geschweige denn aufrecht zu erhalten. Ich bin froh, dass ich mit meinem einen so einigermaßen klar komme.

Zwei Leben zu führen, muss einfach anstrengender, komplizierter und härter sein, als nur eins. Eventuell erzählen sie mir deshalb immer wieder die selben Geschichten. Weil ich einer bin, der in ihren Augen zum Glück nur ein Leben zu führen hat. Ich bin nur Mr. Jekyll und nicht auch noch Mr. Hyde.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

Favorite Art – Michelangelo

Ein Bild geht um die Welt. Michelangelo ist eigentlich Pop-Art-Künstler. Er ist Moderne. Denn er ist in der heutigen Zeit erst so richtig wieder angekommen. Was die Theorie stützt, Kunst ist das, was die Zeit als Kunst sieht. Deshalb kann alte Kunst moderne sein und moderne schon alt. Kunst ist das Konzentrat einer Zeit. Und in unsere passt Michelangelo. Weil seine Kunst für Ideen, Werte, Gefühle, Sichtweisen und vieles andere steht, wonach Menschen offensichtlich Sehnsucht haben. Ich finde es einfach wunderbar.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Mittwoch, 16. August 2006

The Wall

Der Mauerfall. 9. November 1989. Es ist früher Abend. Mein Vater ruft mich an und sagt am Telefon: Die machen die Mauer auf. In meiner Familie weiß jeder sofort, was damit gemeint ist. Meine Eltern sind mit drei Kindern 1961 aus der DDR geflohen. Haben von Ost- nach West-Berlin rüber gemacht. Nur mit dem, was sie am Körper hatten und in einem Koffer.

Diese Mauer hat unsere Familie getrennt. Das erste Mal durften meine Eltern und wir Anfang der 70er Jahre rüber. Meine Oma durfte uns ab und zu besuchen. Die Mauer ist schuld, dass ich keine Verwandschaft habe. Keine Verbindung zu Omas, Opas und allen anderen. Die Mauer ist an vielem schuld. Sie hat das Leben meiner Eltern, meiner Geschwister und meins negativ beeinflusst. Jedes Jahr sind wir rüber, haben alles versteckt, wo und wie es ging. Haben diese schrecklichen Schikanen wieder und wieder über uns ergehen lassen.

Die Welt da drüben war, so als ob man denen wesentliche Elemente vorenthalten würde. Elemente, die vieles im Westen erst möglich machen würden. Ganze Farben und Gerüche fehlten. Bücher, Schallplatten, Fernsehen, Radio, Klamotten bis hin zur Schokolade und zum Kaffee. Feste Elemente meines Lebens fehlten hier. Die gab es nicht oder man durfte sie nicht haben.

Ich fand das verrückt. Und dann war da noch mein Onkel, der nur zwei Jahre älter war als ich. Aus zweiter Ehe meines Opas, der hieß genauso wie ich. Wir haben uns dann immer unsere Pässe angesehen. Und uns vorgestellt, wie es wäre auf der anderen Seite. Ich kam mir immer überlegen vor. Ich dachte immer, wir sind besser und bei uns ist alles besser. Weil die sich auch so verhalten haben. Besuch aus dem Westen.

Meine DDR Geschichte ist lang. Jedenfalls sagt er am Telefon: Du, die Mauer ist offen. Ich habe aufgelegt. Den Fernseher angemacht, und da kletterten Menschen auf die Mauer. Und Trabbies fuhren über die Grenze und die Menschen gingen über die Grenze. Massen von Menschen gingen zu Fuß einfach von Ost- nach Westberlin. In dem Moment, wenn ich diese Zeilen schreibe, schießen mir wieder die Tränen in die Augen. Es ist nach der Geburt meiner Kinder der ergreifendste Moment in meinem Leben. Obwohl – einer ist da noch. Als Genscher in Prag auf dem Balkon steht und den Tausenden in der Prager Botschaft verkündet, dass die Ausreise genehmigt ist. Gott, habe ich da geheult.

Der Fall der Mauer ist ein wichtiger Meilenstein in meinem Leben. Bis dahin habe ich an die Unüberwindbarkeit von Mauern gedacht. Alle Arten von Mauer, bis in die Köpfe. Doch nun wusste ich, dass jede Mauer fallen kann. Schade nur, dass meine Familie aus den neuen Ländern und ich sich bisher nicht näher kommen konnten. Die Trennung und die Entfernung war dann doch zu lang. Obwohl ich neidisch bin auf solche intakten Familien, wie man sie hier in Bayern oft antrifft. Alle Tanten, Onkel, Omas, Neffen usw. alle im Umkreis von ein paar Kilometern. Aber daran ist diese verdammte Mauer schuld. Sie hat meine Generation auf immer getrennt.

Um mit Willy Brand zu enden. Jetzt wächst zusammen, was zusammen gehört. Aber es wächst langsam. Sehr langsam. Das wollte keiner hören. Aber mit dem Blick zurück, auf nunmehr 17 Jahre, kann ich behaupten: Bis etwas wieder zusammen wächst, dauert offensichtlich genau die Zeit, die es getrennt war. Also 28 Jahre. Das sind jetzt noch 11 Jahre. Obwohl man nicht weiß, ab welcher Trennung man rechnen muss. Eventuell auch ab der Besatzung von 1945, dass würde bedeuten: Nicht 11 Jahre, sondern noch 27 Jahre. Nach der Stimmung zu urteilen, könnte das eher stimmen. Oder muss man die Zeit der Nazis mit einberechnen?

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:04

Favorite Art – Giacometti

Er fängt die Seelen ein. Meine unvergessliche Begegnung mit Giacometti liegt einige Zeit zurück. In Köln. Genau Köln-Müngersdorf. Ich war Student, jung und brauchte Geld. Also haben ein Freund und ich Weihnachtsbäume verkauft. Die konnte man sich unter anderem auch aussuchen, markieren und zurücklegen bzw. stellen lassen und sich zu einem

Termin auch anliefern und aufstellen lassen. Echter Service eben. So trug es sich zu, dass eine Familie Ludwig einen etwa drei Meter hohen Weihnachtsbaum bestellte. Den wir dann auch anlieferten. Und aufstellen sollten. Der Platz war im Erker des Wohnzimmers. Ich kümmerte mich gerade um den Weihnachtsbaumfuß, als mein Freund bemerkte, da stehen aber zwei so Figuren im Weg. Genau da, wo der Baum hin sollte. Wie blöd! Er eilte kurzer Hand und kurz entschlossen zum Erker, packte die beiden mit seinen Bauarbeiterhandschuhen und hob sie an. Wohin damit?

Alle hielten den Atem an. Es war mucksmäuschenstill im Raum. Und ich sagte nur leise: Hinstellen, sofort wieder hinstellen. Das sind Giacomettis. Worauf mein Freund diese wieder vorsichtig absellte und sagte: Ist mir egal, wie die Jungs heißen, sind sowieso viel zu schwer.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:01

Montag, 14. August 2006

zeichen 9

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 17:00

Anne schreibt aus Brüssel

Wunderbar! Abends in Belgien im Hotelzimmer auf dem Bett mit einer Mc Donaldstüte auf dem dicken Bauch, vorm Fernseher sitzen und mit den müden Füßen zu Michael Jackson "Beat it" wippen.
Sich über die karge Hotelzimmereinrichtnug wundern, die unter der Woche 200 Euro Businesstarif kostet, dank der üblichen Internettricks aber am Wocheende nur 60 Euro.
Dafür geht man gleich, wenn man das Hotel betritt in den Frühstückskeller, setzt sich an den Rechner und bucht über hrs und Kreditkarte die Promotionrate. Ausdrucken ist auch umsonst. Dann die Treppen wieder hoch und mit der Reservieungsbestätigungdamit freundlich dem kopfschüttelden Portier zuwinken, der einem zuvor so einen ganz anderen Preis genannt hat.
Aber viel Kopfschütteln bereitete mir das Sitzen vor diesem belgischen Computer. Die Tastatur ist die reine Symbolik fürs Reisen.
Alles ist anders, nicht gilt mehr oder ist wie gewohnt. Das a sitzt da wo das z ist, der Punkt ist nur über die Shifttaste zu erreichen, das @ Zeichen versteckt sich ganz oben in der Zahlenleiste. Das w wird zum y, der Bindedstrich platziert sich in die Mitte, selbst das unscheinbare e strahlt auf seinem neuen Platz in der ersten Reihe.
Kein Wunder dass die Sprache anders klingt als unsere!
Am besten ich schreib in Steno.
Oder sage au revoir, ich muß weiter!
:)

Liebe Grüße
Anne

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 12:40

deutschland. ein sommermärchen 46: kuckucksuhr st. goar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 12:36

Einschreiben 3

Ich bin überzeugt, daß die Katze, während ich beim Bäcker war, Kakao aus der Tasse des Kindes getrunken hat, - er stand unbeaufsichtigt auf dem Küchentisch -, kann es ihr aber nicht nachweisen. Allerdings sprachen die Indizien (hier besonders: zungenförmige Kakaoschlieren am inneren Tassenrand) eine deutliche Sprache. Für Drohungen oder gar eine Strafaktion wäre es zu spät gewesen, als ich zurückkam, und sie längst wieder auf dem Kühlschrank lag: reine Unschuld. Ich habe die Spuren daraufhin noch einmal überprüft und fand den Verdacht bestätigt.
Einer - zweifellos amerikanischen - Studie zu Folge, ist enger Kontakt zu Tieren für Kinder ein wirksamer Schutz vor Allergien. Laut einer anderen - vermutlich wiederum amerikanischen - Studie , sind Kinder die in engem Kontakt mit Tieren leben, besonders Allergie-gefährdet. Wie dem auch sei. Wir befinden uns weder in einem Straflager, noch in einem Forschungslabor, und wir beschäftigen auch keine verdeckten Ermittler . Unsere Anwesenheit hier entbehrt jeder wissenschaftlichen oder erkennungsdienstlichen Grundlage. Sie beruht ausschließlich auf gewissen Mutmaßungen. Anders die Katzen. (13. 5. 06)

Geschrieben von in Einschreiben um 07:10

Meines erste echte Invasion

Space Invader. Wir schreiben das Jahr 1980. Der Logbucheintrag lautet: Den Rekord knacken. Einsatz: Eine Mark. Ort: Eiscafe "Venezia". (Wieviel Prozent aller Eiscafes heißen eigentlich "Venezia""? Egal!) Vor mir steht ein schwarzes Ungetüm. Auf Sichthöhe ein Monitor. In Griffhöhe die Bedienungselemente. Für die linke Hand zwei und für die rechte Hand ein Druckknopf. Links kann man navigieren, das heißt nach rechts und links fahren, und mit dem rechten Druckknopf feuern. Die Bedienungselemente sind in Grün gehalten. Der Rest des Trümmers in schwarz. Dumpfe rhythmische Geräusche einer drohenden Invasion sind zu vernehmen. Auf dem Bildschirm läuft eine Animation. Space Invader Schriftzug und Spielszenen werden gezeigt und gezeigt und gezeigt.

Ich werfe 1 Mark in den Schlitz. Der unten rechts ist, so auf Kniehöhe. Das Spiel beginnt .... Ca. 1 Stunde und 35 Minuten später habe ich den neuen Rekord. Ich trage meine Initialen ein: Pirat. Das wars. Der Punktestand leuchtet auf und die Rangliste. Ganz oben steht: Pirat. Der Punktestand 9.999.354 Punkte. Die Invasion wurde erfolgreich abgewehrt.

Ich gebe zu. Ich gestehe, ich war ein Videospielautomaten-Junkie. Ich habe einen Großteil meiner Freistunden und, die ich blau bemacht habe, damit verbracht, Videospiele zu beherrschen und in allen Rekordlisten ganz vorne zu stehen.

Meine Videospiel-Drogen hießen:
Space Invader
Asteroix
Hyper Olympics 1 und 2
und einige mehr ...

Kein Wunder also, dass aus mir nichts Anständiges geworden ist. War aber eine geile Zeit.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

Favorite Art – Picasso "Guernica"

Dieses Bild von Pablo Picasso habe ich in Paris im Centre Pompidou gesehen. Schon lange her. Es ist ein Riesen-Bild. Viele Meter lang und hoch. Es beeindruckt vor allem durch seine Geschichte - Guernica. Diese sollte man kennen, um die Empörung und die Wut des Malers zu verstehen, ein Bild von solchen Dimensionen zu malen. Es ist ein lauter Aufschrei der Kunst über ein dunkles Kapitel der Ungerechtigkeit. Es ist auch ein Beweis dafür, dass Kunst Wesentliches kommunizieren kann und oftmals muss. Weil alle Anderen schweigen.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:01

Sonntag, 13. August 2006

freunde: navina

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 18:48

freunde: jan

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 18:37

freunde: susi

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 18:29

freunde: karin

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 18:21

freunde: julia

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 18:16

freunde: christoph

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 17:34

freunde: carsten

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 17:28

freunde: anne

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 16:46

freunde: tamara

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 16:39

freunde: david

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 16:36

münchener lieblingsorte 24: schelling salon

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 00:20

Samstag, 12. August 2006

münchener lieblingsorte 23: berenice buchladen

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 21:14

münchener lieblingsorte 22: schelling strasse

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 21:08

zeichen 8

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 21:02

zeichen 7

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 20:52

Freitag, 11. August 2006

Sind wir nicht alle ein bischen Assi?

Ein mir sehr beliebter und berühmter Künstler hat, wie wir alle zu Genüge wissen, einmal gesagt: Ich habe Hunger!? Nein, das meine ich natürlich nicht. Sondern: Jeder ist ein Künstler. Genauer gesagt, hat er das bei den Filmaufnahmen zu einem Vortrag gesagt, den Joseph Beuys im November 1985 in den Münchner Kammerspielen gehalten hat. Da fiel der bedeutende Satz "Jeder Mensch ist ein Künstler", so Beuys. Hat er gesagt. Gesagt.

In diesem Satz steckt eventuell noch vie mehr. Viel mehr als wir alle wollen. Jeder ist ein Mörder, war da zu hören. Jeder ist ein Nationaltrainer. Jeder ist eigentlich thoeretisch alles. Somit ist jeder auch ein Assi.

Assi ist ein Begriff aus den frühen 80ern, der sich aus dem Wort Assoziale ableitet. Und der auf berechtigtes und zumeist unberechtigtes unsoziales Verhalten dem Gegenüber hinweisen soll. Er sollte auf jeden Fall den Gegenüber beleidigen. Was er schnell micht mehr tat, weil man alles als Assi bezeichnte. Wie - Jahre später - als geil - noch später - schwul und - zur Zeit - porno oder psycho.

Nun, zurück zum Thema. Meine Theorie sagt, dass wir alle nicht wenig an Symbole und Werte gebunden sind, die man eigentlich dieser Zielgruppe zweifellos zuordnen könnte. Es scheint eine Art Sehnsucht nach Grenzüberschreitung zu sein. Nach Provokation. Wir werden so zur Konformiät gedrängt, dass in uns etwas ständig mehr oder weniger Grenzen überschreiten muss.

Bei mir ist es auch schon mal der gute Geschmack. Denn auch ich bin im Besitzt des berühmt berüchtigten Panzerarmbandes. Das ist wirklich übel, aber genau dafür lieb ich es so.
Ich Assi, ich!

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:02

Wer hat den Pudelhahn zugedreht?

Am Beispiel des Pudels kann man gut erkennen, wie es uns Allen bald ergehen wird. Vor allem denen, die sich zur Zeit pudelwohl fühlen. Es gab eine Zeit, da war das Stadtbild voller älterer Damen mit Pudeln unter dem Arm, im Handtäschchen oder bei Fuß. Sie stolzierten die Königs-, die Maximilianstraße und alle anderen Einkaufsstraßen auf und ab.

Die alten Damen gibt es immer noch. Aber die Pudel sind weg. Dabei gab es keine Pudelseuche. Oder gar Pudel-Aids oder Krebs. Die Nachfrage nach Pudeln ging schlagartig zurück. Und somit wurde die Vermehrung in Form von Zucht sukzessive erst zurückgefahren und dann eingestellt. Der Pudel liegt auf Eis. Er ist noch nicht ausgestorben, er fristet sein bescheidenes Zuchtexemplar-Dasein und wartet darauf, irgendwann wieder gefragt zu sein. Dann müssen die Pudel im Akkord poppen, um sich schlagartig wieder zu vermehren.

Zur Zeit stehen andere Hunde hoch im Kurs. Aber wie man sieht, weil man sie nicht mehr sehen kann: keine Pudel. Diese Tatsache kann man 1:1 auf die Spezies Deutscher übertragen. Mit uns passiert zur Zeit etwas Ähnliches bis Identisches. Alles wird getan, damit wir uns nicht mehr vermehren. Weil es keine Nachfrage nach uns gibt. Andere Länder und deren Bürger stehen gerade wesentlich höher im Kurs. Noch schlimmer hat es die Italiener getroffen, die läßt man sogar Fußball-Weltmeister werden, damit sie nicht auf falsche Gedanken kommen.

Vereinzelt sieht man Pudel noch in Südfrankreich. Deutsche tauchen ebenso auf Mallorca und in anderen Teilen Spaniens auf. Eine Renaissance könnten die Deutschen als Partyspezies erleben, da stehen wir zur Zeit hoch im Kurs. Ist nur abzuwarten, ob es genug Gründe zum Feiern gibt.

Fazit: Wir Deutschen sind keine Schäferhunde, weit gefehlt, wir sind allesamt nur Pudel.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Donnerstag, 10. August 2006

Einschreiben 2

So still. Schlafende Katzen zusammengerollt im Nebenzimmer. Von fern das schwache Dröhnen eines Flugzeugs in großer Höhe. Wo es her kommt oder hin fliegt, Palmen und Strand, Amerika. Welche Geschichten enden, wenn es vom Himmel fällt? Die letzten Minuten des Schlafs in den Augen, stört mich der Start eines Motorrads. Was wäre, wenn ich einen Wellensittich hätte, einen Grün-Gelben? Normalerweise beschäftigen Wellensittische mich nicht, gerade deshalb die Frage. Wie würde sich der Raum verändern, für mich, für die anderen, flöge er jetzt hier herum? Sand in den Ritzen, Federchen auf dem Sofa, ein flatterndes Bunt, das sonderbare Geräusche von sich gibt. Die Katzen würden sich fortan für Zauberer halten, die ihre Träume zum Leben erwecken. (21. 2. 06)

Geschrieben von in Einschreiben um 13:17

deutschland. ein sommermärchen 45: hauptbahnhof, berlin

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:47

deutschland. ein sommermärchen 44: brandenburger tor, berlin

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:45

deutschland. ein sommermärchen 43: holokaust denkmal berlin

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:39

Mittwoch, 9. August 2006

Einschreiben 1

Schön, der Füller, ganz aus Silber, in England gefertigt, schwer. Ein Geschenk der Frau, die mich liebt, aus einem Anlaß. Die Feder spuckt zu viel Tinte aus. Vielleicht benutze ich die falsche Sorte. Jetzt muß er eingeschrieben werden. Das ist wichtig für seine weitere Entwicklung. Ein Schriftsteller schreibt manchmal gern, auf jeden Fall oft, so daß es ihm leicht fallen wird, Blätter mit unnötigen Sätzen zu füllen, bis der Füller sich an ihn gewöhnt hat und umgekehrt. Das kann Tage oder Wochen dauern. Am besten er hält sich an das Naheliegende, damit der Fluß nicht ins Stocken gerät. Darum geht es. (ohne Datum)

Geschrieben von in Einschreiben um 20:16

Nimm die 10

Aus der Sicht männlicher oder weiblicher Leser, oder der jeweiligen sexuellen Neigung, beschreibe ich die Theorie aus meiner Sicht der Dinge. Diese ist aber auf alle erdenklichen Wunschvorstellungen einstell- und vorstellbar.

Man stelle sich also vor, es ständen 10 unterschiedliche Frauentypen an einer Bar, die man nach seinem persönlichen Geschmack von 1 bis 10 einstufen und bildlich nummerieren könnte. Also der Typ Frau, der überhaupt nicht geht, erhält die Nummer 1 und der ideale, perfekte Typ, die Nummer 10.

Die meisten Menschen würde sich nun an die 3 bis 5 heranwagen. Weil sie glauben, dass sie diese im harten Wettbewerb, bei den hohen geltenden Ansrüchen eventuell noch rum kriegen, als für sich gewinnen können. Einige Mutige würden es auch mal mit der 7, oder sogar mit der 8, nur mal so versuchen. Andere wiederum haben eine solche Angst vor der Ablehung, dass diese es lieber mit der 3 oder der 2 aufnehmen.

Die Wenigsten, sagen sich - die 9?! Auf keinen Fall, für mich kommt nur die 10 in Frage. Und wenn die nicht will, dann habe ich wenigstens einen lustigen Abend. Und wenn die anbeißt, Mensch, dann bin ich der glücklichste Mensch auf der Welt.

Aber so denken und handeln Menschen leider oft nicht. Gründe gibt es viele. Möglichkeiten, diesen zu begenen, auch. Mir ist das eigentlich völlig egal, soll doch jeder machen was er will. Nur ich für meinen Teil, will immer die 10. Egal um was es geht. Dabei bekomme ich selten die 10. Manchmal. Aber ich muss mich nie mit weniger zufrieden geben. Dann lieber gar nichts.

Wer die 10 nicht will, oder für die 10 nichts wagt. Dessen ganzes Leben könnte eine tolle 4 werden. Und wenn es gut läuft, eventuell auch eine 5. Das wäre mir zu schade. Aber wem sag ich das.
Also, egal was ist, egal was kommt: Nimm die 10 oder geh besser alleine nach Hause.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:02

Alte Liebe rostet nicht

Wir wollten uns in diesem Blog nicht wiederholen, oder anderes unentweg zitieren. Wir haben uns vorgenommen, nur Unikate und Originale in die Blogwelt zu setzen. Aber manchmal kommt man nicht umhin. Wir bitten, diese Inkonsequenz zu entschudligen, aber ohne diese wäre anders gesehen die nötige Konsequenz nicht möglich. Denn die fällt nur offensichtlich ins Auge, wenn einem hin und wieder was Inkonsequentes wiederfährt. Zum Glück. Das macht es alles entspannter. Denn wir wollen daraus kein Dogma machen. Wir wollen nur nicht alles wiederholen, was andere schon wiederholt haben. Aber vor dieser Anzeige verneige ich mich noch Heute. Grandios. Das ist einer der Momente, in denen ich den Glauben an gute Kommunikation immer wieder gefunden habe. Und wegen denen ich nicht aufhören kann. Es lohnt sich, für diese Momente.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:01

Prolog zum note.blog

Das note.blog dient einigen Gleichgesinnten dazu, sich anderen, möglichen Gleichgesinnten mitzuteilen. Um Menschen zu finden, mit denen man in möglichst vielen Punkten übereinstimmt.

Gleichgesinnte sind Menschen, die ihre Arbeitswelt und Privatsphäre ähnlich gestalten. Die ebenso bemüht sind, sich Arbeits- und Lebensqualität möglichst menschlich und anspruchsvoll zu gestalten. Die gerne kommunizieren oder mit sich kommunizieren lassen. Die identische Gedanken verfolgen oder nachvollziehen können. Oder neue, interessante Blickwinkel und Sichtweisen beisteuern. Menschen, die mit Menschen eine sehr gute Zeit haben wollen. Die auf die selbe Weise an die Dinge herangehen.

Das Blog ist ein gutes Medium, die Innenansichten anderer kennenzulernen. Denn es bietet als Platform ein ideales Spiegelbild der sich darin ausdrückenden Persönlichkeiten. Über das Blog versuchen wir, Gleichgesinnte zu gewinnen und hoffen, dass diese ihren Teil zum Wachsen und Gedeihen des Blogs beitragen.

Zudem dient es sicherlich auch dazu, dass potentielle Kunden, Bewerber und Lieferanten sich ein besseres Bild von der Agentur machen können. Wir nutzen das Blog auch zur Neukundengewinnung. Aber auch, damit Bestandskunden sich in der Wahl ihrer Agentur bestätigt sehen. Und gerne auf uns und das Blog verweisen.

Dieses Blog ist das Tagebuch einer Münchner Werbeagentur. Es soll immer einmalig sein. Authentisch. Persönlich. Und vor allem glaubwürdig. Somit ist das Blog das Fenster zum Charakter der Agentur und seiner Denker, Macher und Gestalter. Wir wollen kein weiteres "schöne-Werbung-zeigen-Blog" sein. Sondern uns tief in die Agentur-Seele blicken lassen. Für dieses Bestreben haben wir die aufgelisteten Autoren gewinnen können, die allesamt sehr eng mit der Werbeagentur verbunden sind.

Als Neukunden interessieren uns vor allem Unternehmen aus und um München, bis nach Bayern hinein. Die, ebenso wie wir, in erster Linie viel mehr an Marketing- und Kommunikations-Ideen interessiert sind als an Werbemitteln und Maßnahmen und der daraus folgenden Umsetzung. Um diese Unternehmen und Menschen für uns zu gewinnen und andere interessante Menschen und Unternehmen kennenzulernen, die uns in unserem Bestreben noch mehr unterstützen, machen wir das Blog.

Es ist unser tägliches Fenster nach draußen. Und soll es bleiben. Nicht mehr und nicht weniger. Denn mit dem Blick durch das Fenster kann man sich ein sehr gutes Bild machen über alles, was man eventuell braucht, um an gute Ideen zu kommen. Es gibt aber auch Aufschluss darüber, was wir nicht können und wollen. Über die Art der Texte, über die Inhalte, die Themen, die Fotos, die Personen und alles andere wollen wir uns zeigen, wie wir sind. Und nur so.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:00

Dienstag, 8. August 2006

Born to be a little wilde

Kreidler Flory 3-Gang. Baujahr: Ende der 70er.

Nur Wenige können aus heutiger Sicht noch nachvollziehen, dass sich mit diesem ehemaligen, obskuren Objekt der Begierde ein gutes Stück weit der Traum von der großen Freiheit wirklich verwirklichen ließ. Und zwar kein geringerer Traum als der aus dem Film "Easy Rider". Nach dem Bonanzarad war die Flory dran.

Warum die Kreidler Flory? Die Antwort liegt auf der Frisierhand. Kein Mofa konnte man mit so wenig Handgriffen und ein paar technischen Veränderungen so schnell machen. Erlaubt waren 28 km/h. Helmpflicht kam gerade erst auf. Und wir brachten es fertig, aus den Kisten fliegende Kisten zu machen. Die fuhren so um die 120 spitze. Das gehörte alles dazu. Das Cowboy und Indianer Spielen mit der Polizei. Die ständig verreckenden Motoren und zerberstenden Teile. Das war alles eins. Eine Welt.

Noch heute bekomme ich aus dem ständigen Verfolgungswahn der damaligen Zeite spontan ein schlechtes Gewissen, wenn ich die Polizei sehe. Sofort denke ich, etwas an meinem heutigen Gefährt wäre illegal. Denn damals hieß es: Legal, illegal, scheißegal! Dabei strotze ich nur so von Korrektheit. Außer der Leuchtweste habe ich alles. Ganz ordnungsgemäß.

Zurück zur Flory und den Erinnerungen. Gesetze überschreiten war der Kick der damaligen Zeit. Welcher seltsame Triebe zum Vorschein brachte. Die Mutproben gingen immer weiter und oft zu weit. Ich weiß nicht, was uns ritt, aber das Spielen mit der Gefahr ersetzte eventuell echte existenzielle Probleme, die wir zum Glück alle nicht hatten. Wir waren einfach verwöhnte Jungs, denen es langweilig war. Außer wir rasten mit über 100 Sachen zwischen den Ortschaften hin und her, immer mit der Angst im Nacken, die Bullen kriegen dich. Mich haben sie nie bekommen. Das ist aus heutiger Sicht keine große Leistung, sondern nur Glück. So verhielt es sich auch mit dem Schwarzfahren in Bus und U-Bahnen. Wie hieß es so treffend damals: Ich fahr schwarz mit der KVB, die Markfünzig tut denen uch nit weh! Sang Jürgen Zeltinger in Köln. War ein Sommerhit. Auch unvorstellbar. Aber war so.

Ach ja die anderen fuhren Solex, Scout, Malagutti und Herkules. War alles ganz nett. Aber eben keine Flory.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

Italien – Land der großen ausgleichenden Ungerechtigkeit

Beim Fußball-Skandal in Italien sind die Urteile gesprochen. Und der Sündenbock ist der Staatsanwalt. Würde man den Vorfall auf Deutschland übertragen, wären viele Reaktionen gänzlich anders verlaufen. Mann müsste mal Herrn Vetter dazu befragen. Was unsere Rechtsgrundlagen für einen solchen Vorfall vorsehen würden.

Stellen wir uns vor: Bayern München, Schalke 04 und der VFB Stuttgart wären überführt. Die wären insolvent, auf einen Schlag. Die wären so überhäuft von Klagen und Nebenklägern. Die finanziellen Ansprüche wären so groß, dass die über 200 Jahre kein Bein mehr auf den Boden bekommen würden. Mit Recht.

Sogar die Balljungen würde diese Vereine für ihren Betrug rechtlich belangen. Die Dauerkartenbesitzer würden sich bis auf den letzten Pfenning alles zurück zahlen lassen. Dazu käme noch die Begleichung der weiteren Schäden. Die Hersteller der Fanartikel würden sich bis zum letzten Wimpel alles zahlen lassen und die Gebühren für erworbene Rechte um ein Vielfaches zurück. Die Fans würde tonnenweise die falsch bedruckten Fanartikel gegen Entgelt umtauschen.

Das Fernsehen, der DFB, die kleinen Vereine, alle Rechte-Inhaber. In Deutschland würden alle darum bemüht sein, ausgleichende Gerechtigkeit walten zu lassen. In Italien ist das historsisch bedingt schon immer anders herum gewesen. Und das bleibt auch so. Die haben kein Unrechtsbewusstsein. Bei uns wird bei jemand, der für einen

Flachbildschirm ein Spiel verpfiffen hat, schon alle Register gezogen.

In Italien sind die Meisterschaften der letzten Jahre abgesprochen worden. Somit sind alle internationalen und nationalen Ergebnisse falsch. Und es kommt noch schlimmer. Verzerrt. Denn wenn eine Mannschaft als Meister schon vorher fest steht. Dann hat die eine Reihe von Wettbewerbsvorteilen. Weniger verletzte, weniger gesperrte, weniger verbrauchte Spieler. Das wirkt sich auf alles aus. Und zwar für alle anderen negativ. 13 davon waren Nationalspieler. Das ist eine so kollektive Ungerechtigkeit, ohne einen Sinn, ein Verständnis, oder die Spur einer Entschuldigung dafür, dass es einem normalen Erdbewohner, mit einem normalen Rechtsbewußtsein die Sprache verschlägt.

Noch mal für alle. Ganz Italien will keine Bestrafung der Mannschaften, Vereine und Täter, sondern der Sündenbock sind der Staatsanwalt und die italienische Rechtssprechung. Und der Rest der Fußballwelt schaut tatenlos zu. Ich bin konsterniert und schockiert. Das letzte Mal, dass ich mich über solche unwürdigen demokratischen Verhaltensweisen aufregen durfte, war bei der legendären Auszählung in Florida. Bei der Gerorge W. Bush unter öffentlicher Mithilfe seines geliebten Bruders amerikanischer Präsident wurde.

Italiener, seid mir nicht böse. Aber ihr tickt nicht ganz richtig.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Montag, 7. August 2006

Schuhgruppenbeschreibung

Zielgruppen: Zeigt her eure Füße, zeigt her eure Schuh

Zielgruppen kann man an vielen Details erkennen. Vor längerer Zeit gab es eine Art Andreasgraben durch die Zielgruppen dieses Landes. Der war sehr tief und sehr lang. Die einen trugen College-Schühchen. Und die anderen Cowboy-Stiefel. Weiter auseinander können Zielgruppen nicht liegen. Glauben Sie mir: Das sind die beiden äußersten Fixsterne des Universums. Das sind die beiden äußersten Ränder einer Generation. Und schlimmer und abfälliger kann man sich gegenseitig nicht betrachten. Was für eine Verachtung für das andere Schuhwerk. Was für eine no-go-area der 80er. Das war so weit auseinander, als ob man sich in großen Buchstaben "Arschloch" auf die Stirn geschrieben hätte. Nicht mal die lächerlichen bordeauxroten Pollunder, die kleinkarierten Hemden, die stoffbezogenen Aktenkoffer. Die Einstecktücher. Die Goldrandbrillen. Nicht mal der Popper-Scheitel haben die Generation so getrennt wie diese beiden Fußbekleidungen. Das ist wie Düsseldorf und Köln. Das ist wie? Wie? Wie? College-Schühchen und Cowboystiefel. In dem einen steckten Männer, was in dem anderen steckte, weiß ich nicht.

Ich muss, will, darf jetzt nicht sagen, was ich getragen habe. Das überhaupt erwähnen zu müssen, würde bedeuten, dass nichts geblieben ist von meiner jugendlichen Persönlichkeit. Auf diese Frage würde ich nie eine Antwort geben, eventuell würde ich dem Gegenüber für die Frage ....

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:18

Nehmen Sie doch irgendwas Schönes

Für die einen ist es nur eine Entscheidung. Für die anderen ist es der blanke Wahnsinn. Oft verhält es sich so, dass der Kunde ungewollt ganze Kreationslawinen auslöst. Der Kreative würde so gern wissen, in welche Geschmacksrichtung er denken soll, damit das, was dann aufgetischt wird, auch mundet.

Aber wie in einem Restaurant, sitzt der Gast da und sagt: Was Leckeres! Und ihm ist nicht zu entlocken, großer Hunger oder kleiner. Fisch oder Fleisch. Heiß oder kalt. Er erwidert nur: Sie sind der Fachmann, das wird schon schmecken. Panik macht sich breit. Ratlosigkeit.

Tausende Schriften mit noch mehr Schriftschnitten. Ebensoviele Layoutvarianten in noch mehr Formaten. Textkampagnen. Text-Bild oder Nur-Bild. Oder gar keine Kampagne? Bitte, bitte: Nur einen Hinweis! "Hauptsache lecker?"

Okay. Dann doch so. Der arme Berater, der das seiner Kreationsküche beibringen muss. Aber mal schauen, vielleicht schmeckts ja. Und wenn nicht, dann liegen die Geschmäcker eben weit auseinander.

Was Leckeres? Nichts leichter als das.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:17

Freitag, 4. August 2006

Unverwechselbar: Herr Matthes & Herr Hintze

Das Dreamteam für alle Kunden, die eigentlich doch nur gute Werbung wollten.

Warum haben wir das eigentlich nicht viel früher gemacht? Ein Bild sagt doch mehr als tausend Worte! Warum zeigt ihr euch nicht mal so, wie ihr seid, eurer Fangemeinde? Werden wir oft gefragt. Ihr könnt euch doch wirklich sehen lassen. Ihr müsst euch sicher nicht verstecken. Das hören wir fast täglich. Aber es gibt eigentlich kaum bis keine Fotos von Herrn Matthes (Beratung) und Herrn Hintze (Kreation). Wir hatten nie die Zeit oder Muse, ordentliche Fotos von uns machen zu lassen. Wir sind auch nicht wichtig. Warum soll jemand wissen, wie Matthes und Hintze aussehen? Noch zwei Hackfressen mehr in einer Welt voller Hackfressen, dachten wir immer. Man muß sich schon so viel ansehen und merken, da hatten wir nicht das Gefühl, dass unser Grinsen in den geistigen Galerien der Menschen da draußen fehlt.

Aber dieses Bild fanden wir endlich mal richtig gut. Es zeigt uns, wie wir wirklich sind. Und nicht so geschönte Fotos. Authentisch, das war uns wichtig. Ungekünstelt und doch wertig. Das bringt doch sonst nichts. Sonst steht man sich gegenüber, und der andere ist total enttäuscht. Sie habe ich mir aber ganz anders vorgestellt. Das wollten wir auf keinen Fall. Deshalb dieses Foto, es zeigt uns spontan direkt nach einem Kundenmeeting.

Nichts gestellt. Nichts verändert. Wir kamen raus, der Fotograf sagt: "Na, wie war das Meeting?" Wir schauen erfreut rüber. Klick. So einfach kann es gehen. Zu erwähnen wäre noch, dass Herr Matthes und ich die Angewohnheit haben, alles viel zu persönlich zu nehmen. Was man uns, glaube ich, auch ein wenig ansieht. Das geht so weit, dass wir manchmal das Gefühl haben, unsere Persönlichkeit passt sich dem Umfeld an.

Aber das ist nur so ein Gefühl.

Ach ja, wer ist wer, wollen Sie eventuell wissen? Er ist Herr Matthes und ich bin Herr Hintze. Aber das habe ich, glaube ich, schon erwähnt.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:29

Das eigene Zahlenschloss knacken

Ein Dreh, wie man eventuell hinter das Geheimnis der eigene Psyche kommt.

Es kommt mir so vor, als dass die Geheimnisse der eigenen Psyche mit einer Art eigenem Zahlenschloss verschlüsselt sind. Und wenn man neugierig ist und ständig neue Kombinationen versucht, knackt man mit den Jahren Zahl für Zahl und kommt so ein Stück mehr hinter das, was man ist, zu sein scheint, gern sein möchte und warum man so ist, wie man ist.

Viele Menschen interessiert das Zahlenschloss nicht. Das sind oftmals sehr glückliche Menschen oder sehr ignorante Menschen. Auf jeden Fall sehr erleichterte Menschen. Denen ist die Kombination schnurzpiepegal.

Dann gibt es die Entschlüsselungskünstler, die hinter jeder neuen Kombination eine unglaubliche Entdeckung entdecken. Die aber gerade mal eine Haltbarkeit bis zur nächsten möglichen Kombination hat.

Und dann gibt es die akribischen Abenteurer. Die versuchen, sich Schritt für Schritt der Analyse der eigenen Psyche zu nähern.

In meinem Fall kann ich sagen: Ich gehöre ganz klar zu allen drei Gruppen. Ein Teil interessiert mich nicht. Was eventuell der interessanteste sein könnte. Bei dem, der im allgemeinen Interesse liegt, renne ich allen Theorien und Strömungen auch mal kurz hinterher. Und wo es mich nicht unmittelbar betrifft, da gehe ich sehr analytisch vor.

Auch eine Art. Denke ich. Das Zahlenschloss auf seine ganz eigene Art nicht, ein wenig oder ganz zu knacken. Somit

versteht man auch die Redewendung: Du bist so verschlossen. Oder Du knackst wohl nicht ganz richtig. Du bist ein Buch mit sieben Schlössern. Und mein Lieblingsprichwort in diesem Zusammenhang: Du drehst am Rad.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:26

Donnerstag, 3. August 2006

Über das Warten und das zu spät Kommen

Nichts passiert zufällig. Deshalb bin ich überzeugt davon, dass es Menschen gibt, die dazu verdammt sind, ständig und überall zu warten. Das ist so eine Art Fluch aus dem vorherigen Leben. Egal, wann und mit wem diese sich verabreden – sie warten und warten und warten.

Das tun sie aus zweierlei Gründen. Erstens, weil sie es hassen, zu spät zu sein, und deshalb immer viel zu früh sind. Und zweitens, weil alle, mit denen sie sich verabreden, um dem Fluch seine größte Wirkung zu verleihen, natürlich von überirdischen Kräften mit allen Mitteln daran gehindert werden, pünktlich zu sein.

Deshalb ist das Warten ein Teil des Lebens dieser bedauernswerten Menschen. Ein großer und langer Teil. Denn zu dem Fluch warten gesellt sich noch das normale Warten: an der Ampel. An der Kasse. Am Gepäckband. Am Fahrstuhl. Am Flughafen. Am Bahnhof. Am U-Bahnhof. An der Bushaltestelle. An der Trambahn. Am Riesenrad. An der Achterbahn. Im Legoland. An der Kino-Kasse. Auf den Kellner. An der Tankstellenkasse. Bis das Tanken fertig ist. Beim Arzt. Beim Termin. Beim Amt. In allen Service-Warteschleifen der Welt. Am Telefon, bis jemand abnimmt. Bis das Badewasser eingelaufen ist. Bis die Frau fertig ist, und man endlich los fahren kann. Bis die Toilette endlich frei ist. Bis der Geruch aus der Toilette auch endlich verschwunden ist. Bis der Kellner kommt. Bis das Essen kommt. Bis der Kellner noch mal kommt. Bis der Kellner wieder kommt. Bis der Kellner die Rechnung bringt. Bis die Verkäuferin sich einem widmet. Bis die zweite Kasse im Supertmarkt endlich aufgemacht wird. Im Stau. Bis jemand endlich aus dem Parkplatz raus ist, damit man selbst rein kann. Bis alle aufgegessen haben. Bis jemand zurückruft, der sofort zurückrufen wollte, vor einer Stunde.

Aber trotzdem ist das schlimmste Warten, also die brutalste Form, die, bei der man sich verabredet hat und man da sitzt.
Und da sitzt.
"5 Minuten. 10 Minuten. Unglaublich: 15 Minuten. War das überhaupt heute? Ärgerlich, schon 20 Minuten. Das könnte sie sein ... Nee! Haben wir uns überhaupt hier verabredet? Oh Gott, eine halbe Stunde. Noch 5 Minuten, dann gehe ich! Die kann mich mal!! Noch 3 Minuten, das fasse ich nicht. Sollte ich mal anrufen? Ich denke nicht dran. 40 Minuten! Mir fehlen echt die Worte! Vielleicht ist was Schlimmes passiert? 42 Minuten, genug ist genug. Wo ist der Kellner? 47 Minuten. Das darf doch echt nicht wahr sein – da ist sie, da kommt sie! Endlich".

"Na, wartest du schon lange?"

"Nee, ich bin auch gerade erst gekommen!" (Ärger, Ärger, Wut!)

Der chronisch Unpünktliche hat keine Vorstellung von der Qual der ewig Wartenden. Das Einzige, das einem den Schmerz lindert, ist, dass es im nächsten Leben anders herum geht. Dabei wäre die Lösung für alle so einfach. Immer 15 Minuten früher los als nötig. Und die Unpünktlichkeit wäre ausgestorben.

Aber wem erzähle ich das?

PS: Dieser Artikel sollte eigentlich 15 Minuten früher erscheinen – Verzeihung.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:02

Anpassung

Die Anpassung hat ihre völlige Daseinsberechtigung. Alle Individualität stößt an ihre Grenzen. Deshalb gibt es auch Redewendungen wie: "Es gibt kein schlechtes Wetter, sondern nur falsche Kleidung." Da ist was dran. Wer es nicht glaubt, kann bei einer Grippe oder zur Zeit beim Hitzeschlag darüber nachdenken.

Somit ist Anpassung oftmals sehr sinnvoll. Das gilt auch für Unternehmen. Bei aller wichtigen Differenzierung, ergibt es keinen Sinn, sich bei vielen harten und weichen Faktoren nicht anzupassen. Das ist oftmals nicht nur aufwendiger, kostet mehr Geld, sondern macht Firmen im übertragenen Sinne krank.

Steter Tropfen höhlt den Stein. Klingt sehr langweilig, sagt aber, dass auch der Stein sich dem stetigen Druck des Tropfens anpasst. Widerstand ist zwecklos. Die Felder, in denen Unternehmen alles andere als angepasst sein sollten, sollten eigentlich auch bekannt sein. Sind sie aber selten und immer noch seltener. Das soll mal einer verstehen?

Wo Anpassung hinderlich, schädlich ist und nur negative Einflüsse mit sich bringt, streben viele Unternehmen nichts anderes an, konsequent und kontinuierlich und ohne jegliche Kreativität. Sie streben Übereinstimmung und Ähnlichkeiten in Bereichen an, wo allein Unterschiede den Unterschied zwischen Erfolg oder Erfolglosigkeit ausmachen.

Im Marketingmix stecken die Aspekte, die den Unterschied machen. Im relevanten Kundennutzen zum Beispiel. Und nicht relevant, weil die Idee vom Chef ist, oder weil jemand viel Geld hineinsteckt, sondern weil der Nutzen von einer Zielgruppe nachweislich und wirkungsvoll gewollt ist.

In der Kommunikation gilt das Selbe. Es ergibt keinen Sinn, mit einer Gruppe von 10 Menschen zu einem Formel-1-Rennen zu gehen und, damit sich alle wiederfinden, allen 10 eine rote Kappe aufzusetzen. Wie die 250.000 anderen Besucher. Kommunikation muss das Gesicht, den Charakter, die Würde, die Persönlickeit einer Marke herausarbeiten und unverwechselbar machen.

Und zwar so, dass es der Zielgruppe sympathisch und überzeugend erscheint. Auffallen allein genügt da nicht. Man muss schon auf das Herz der Zielgruppe zielen, wenn man die Brieftasche treffen will.

Und so geht es weiter und weiter. Aber mehr will ich an dieser Stelle nicht verraten. Sonst hat keiner mehr Fragen an mich.

Anpassung sollte überall da sein, wo es um Laufruhe geht. Darum, sich auf das Wesentliche konzentrieren zu können. Da, wo Weglassen und Reduzieren Platz für viel Wertvolleres schafft. So müssen die Dinge einfach funktionieren und harmonieren.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Mittwoch, 2. August 2006

Bhagwan Disco

In den 80ern waren Sekten total in. In Köln tanzten mehr Sekten auf den Straßen herum, als zu Karneval Narren. Oder fast. Die populärste waren die Bhagwans. Denn die betrieben Discotheken. Die, in Unterschied zu allen anderen, drinnen total hell und freundlich gestaltet waren. Es gab Luft zu atmen, Platz für alle. Man bekam seine Getränke sehr zügig. Und die Stimmung war immer sehr positiv. Dazwischen turnten die sogenannten Sanyassins herum. In ihren weißen und orangenen Schlabberklamotten. Aber das war uns egal. Die Disco war richtig gut. In keiner Disco konnte man so einfach Mädchen kennen lernen und abschleppen. Und wenn es mal nicht klappte, dann hatte man immer einen guten Abend.

Das Konzept hat, glaube ich, kein einziges neues Sektenmitglied geworben. Aber jede Menge Kohle gebracht. Das die Sanyassins ihrem Guru gaben. Das ist so ähnlich wie heute mit Frau Merkel. Man verdient so sein Geld und gibt es weiter, für höhere Ziele und Wichtigeres als das eigene Ego. Und dann gab es Ärger. Bhagwan selbst hat irre Wirbel gemacht. Und das ganze Kartenhaus viel ziemlich schnell zusammen. Dann starb der Typ auch noch und dann ging es gar nicht mehr voran. Denn wohin mit der ganzen Kohle, wenn der große Kohleschlucker nicht mehr da ist?

Bis heute denke ich, man hätte den Typ austauschen sollen. Das hätt eh keiner gemerkt.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:01

Invasion der Kochbücher & -Sendungen

Es ist niemandem entgangen, dass alle Bestsellerlisten seit Jahren von Kochbüchern auf den vordersten Plätzen dauerbelegt sind. Jamie Oliver ist überall. Und daneben Tim Mälzer. Kochbücher sind zur Pflichtlektüre geworden. Man muss sie natürlich sichtbar positionieren. Pazifische Küche ist so ein Kochbuch, das eher wie Geo Spezial aussieht. Kochen ist der Trend geworden. Natürlich nicht das Selberkochen, sondern das So-tun-als-ob-Kochen. Kochbücher sind wie Edelmarken. Prada der Küche. Sie sollen viel über die Gastgeber aussagen. Was auf der Bücherseite riesig läuft, schwappt natürlich im Fernsehen über. Das Format Kino wartet noch auf einen Kochfilm. Aber wenn man sich die Mengen von Kochsendungen vor Augen hält und die Millionen verkaufter Kochbücher, ist es nur noch eine Frage der Zeit, dass die Superstars in ausverkauften Fußballstadien kochen. Die Konzerthallen mit Knoblauchgerüchen füllen. Cooking in the Park. Koch am Ring. Und die ARD sollte langsam die Kochmusik aus dem Stadel an den Start bringen. Woodcook ist nur noch eine Frage der Zeit. Ich höre schon die legendären Durchsagen: "Ist noch jemand hungrig?"

Straßennamen und Kindernamen werden sich dem Sog der Kochwelle anpassen: Zwiebelring, Kartoffelallee, Müslistange, Calamaris, Zuchini bis hin zu Parmesan und Salami.

Frank Buchholz, Fernsehkoch. Foto: Peter von Felbert

Open Air Cooking. Opern Cooking. Klassik Cooking im Burgtheater. Die Reihe der Kommerzialisierung hat gerade erst angefangen. Denn es gibt noch keinen Bundeskochpreis. Keinen Nobelpreis für Köche. Und bei der Oscar-Verleihung fehlt noch The Cook of the Set. Royal Albert Cooking. The Cooking of the Proms. Wir stehen, wie wir sehen, noch ganz am Anfang. Einer echten Kochwelle. Aber die Vorboten sind unübersehbar.

Uli Wickert wird die Tagesthemen nicht mit den Worten: "Das Wetter" beenden, sondern mit "Guten Appetit".

Theaterstücke weden umgeschrieben, damit die Zuschauer nicht ausbleiben: Warten auf den Koch. Was ihr essen wollt. Der Koch von Venedig. Die drei Töpfe Oper. Es wird kein Ende nehmen. Popbands werden sich des Themas annehmen: Pizzaboys, the Currybrothers, The Mozzarellas und so weiter. Modemarken werden das Thema entsprechend in Szene setzen: Gurkenhosen, Calzonehandtaschen, Salatkragen, Nudelkrawatten, Kartoffelsocken.

Man wird keine Witze mehr erzählen, sondern Rezepte.
Eins ist klar. Wir stehen wie gesagt noch ganz am Anfang. Das Ende dieser Kochhysterie ist ebenfalls schon bestimmt,

weil vorgeschrieben und natürlich von biblischem Ausmaß. Am Ende der Kochwelle steht für alle: Das jüngste Gericht. Na dann mal guten Appetit.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Dienstag, 1. August 2006

Give a little byte

Ja, ja. Ich weiß. Niemanden muss man sagen, dass Entwicklungen rasend sind und längst angefangen haben zu galoppieren um sich gerade zu zu überschlagen. Die Digicam die ich jetzt aus dem Regal nehme, ist auf dem Weg zur Kasse, schon ein Brüller. Nur bei ebay für 5 € los zu werden. Das ist so. Das bleibt so. Und wird ...?

Genau. Das wirklich interessante ist nicht die Entwicklung, sondern mit welcher Trägheit und Verzögerung alle darauf reagieren. Denn still und heimlich sind alle fest davon überzeugt, dass wir zur Zeit den menschlichen evolutionären Höhepunkt darstellen. Allein schon wegen dem Selbstwertgefühl. Wir wissen, dass alles in Minuten veraltert ist, aber wir glauben es nicht wirklich.

Mit der Entwicklung von Blogs ist es ebenso. Keiner will wissen, was gerade in der Welt mit Blogs passiert. Jeden, den ich Frage, der tut so, als ob ein neuer Opel irgendwann kommt: Ja, ja, ich weiß – but who the fuck cares.

Die Arroganz unserer Überheblichkeit läßt uns den Blick für die Wirklichkeit total vernebeln. Dabei ist alles, was wir gestern toll fanden, heute überholt. Vor nicht mal 17 Jahren habe ich auf einer IBM Kugelkopf das Texten begonnen. Das war am im Frühjahr 1998. Ich wollte Kundenberater werden und der damalige CD sagt: Du wirst Texter. Und ich wurde Texter. Die IBM Kugelkopf war das begehrteste Schreibgerät. Wenn man die anschaltet, die war nämlich schon elektrisch, dann vibrierte der ganze Tisch, und dieses brummende Geräusch kenne ich heute noch. Mit Korrekturband. Das war der Hammer.

Und dann kamen unlängst die ersten MACs. Die hatten keine Festplatten, da schob man das Textprogramm mit Disketten rein, um ein Textprogramm zu laden und schob man eine Diskette hinterher um das getextete sichern zu können. Abgefahren. Diese Disketten waren das Epizentrum des Arbeitsnachweises. Irgendwann passte 1MB auf eine. Das war der Wahnsinn.

Ich will die Geschichte abkürzen. Ein paar Jahre später kommt mir das vor, wie eine Zeitspanne von 145 Jahren, dabei reden wir von gerade mal 15. Und ich sage allen, die es nicht hören wollen. Der iPod der jetzt 60 Gig hat, oder das Powerbook mit 120 Gig. Die externe mit 1 Tera. Das ist alles in 5 Jahren rückblickend ein Brüller. Es wird keine Datenspeicher mehr geben. Es wird keine Medien mehr geben. Denn die Übertragungsgeschwindigkeiten werden so hoch sein. Dass niemand mehr einen Speicher braucht. Niemand braucht mehr ein Programm. Kein update. Es gibt nur noch Eingabegeräte. Und der Server, der alles hat und alles bereit stellt, steht da, wo es kühl und sicher ist. In der Arktis.

Die Zeit der Geräte ist dann vorbei. Und es gibt nur noch Überträger und Eingabegeräte. Die Menge von Daten spielt dann keine Rolle mehr. Alles 1:1. Jede Frage, die wir uns heute noch stllen, ist ersetzt ducrh völlig neue Fragen. Wir werden zurück schauen wie auf die Nordmende Fernseher aus den 70ern, wie auf die Handys aus den 90ern, wie auf alle diese Höchsterrungenschaften ihrer Zeit. Über die viele gedacht haben, mal ehrlich, was soll jetzt noch kommen.

Wir sind nicbht mal am Anfang unserer technischen Entwicklungsgeschichte. Auf einem Maßband von 1000 Meter haben wir evolutionsgeschichtlich gerade mal knapp 2 Millimeter hinter uns. Das sieht für 80% der Vegetation und der Tierwelt schon mal ganz anders aus. Da sind ein paar fast von Anfang an mit von der Partie.

Denkt doch mal an Autos aus den 50ern. An Medizin aus den 60ern. An diese ganzen technisch so unglaublich stümperhaften und dilletantischen Umsetzungen. In 20 Jahren blicken unsere Kinder zurück und halten sich den Bauch vor Lachen, und 20 Jahre weiter wiederholt sich das Spiel, und 20 Jahre weiter wiederholt sich das Spiel, und 20 Jahre weiter ...

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:05

Favorite Art – Leonardo da Vinci Abendmahl

Alles an diesem Bild ist außerordentlich. Nicht nur das Lächeln der Mona Lisa. Leonardo da Vinci hat der Welt Persektive gegeben. Jedes seiner Bilder ist ein zeitgeschichtliches Dokument. Jedes mal erstarre ich vor Ehrfurcht.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:04

Unsterbliches Design – Dieter Rams

Das ist ein Detailfoto vom Schneewittchensarg des ehemaligen HiFi-Unternehmens Braun. Der Designer damals hieß Dieter Rams. Und es trug sich zu, dass mein Vater sich zur selben Zeit in Sachen Werbung in diesem Unternehmen mühte. Somit hatte ich das Glück, dass ich von Beginn an in Sachen Brauner Ware von einer Ästhetik umgeben war, die bis heute ihresgleichen sucht.

Nur zum Verständnis. Die Zahlenangaben waren für die unterschiedlichen Umdrehungsgeschwindigkeiten der unterschiedlichen Schallplattenformate. Viele wissen es eventuell nicht mehr. Damals gab es vier gängige Formate. Nicht, wie viele glauben, zwei. Zwei haben sich dann bis zur CD durchgesetzt. Aber so fing Ästhetik in HiFi an.

Und so sah der gesamte Schneewittchsarg aus. Zu bewundern in allen Design-Museen der Welt. Und bei meinem Vater in seiner kleinen bescheidenen Braun Retroperspektive. Die aber nur für Familienmitglieder und Freunde des Hauses zugänglich ist. Und bei der wirtschaftlichen Entwicklung eventuell nach und nach bei ebay zu bestaunen sein könnte.

Aber mein all-time-favorite von Herrn Dieter Rams ist dieses Objekt. Weil über viele Jahre jeden Morgen und jeden Abend mein Blick darüber geschweift ist. Und immer und immer wieder gerne:

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:03

Montag, 31. Juli 2006

deutschland. ein sommermärchen 42: flughafen hannover

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:05

deutschland, ein sommermärchen 41: flughafen, hannover

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 21:40

Einmalige Charaktere

Diese Welt sehnt sich nach außerordentlichen Charakteren. Mit der Konformität und der damit eng verbundenen eigenen Angst vor der zur Schaustellung von Individualität übertragen wir diesen inneren Wunsch auf spezielle Charaktere.

Das heißt der Mensch kann seine eigenen Wünsche auf andere und anderes übertragen. Und muss sie in sich selbst nicht erfüllt sehen. Nicht mal im mindesten. Er lebt seine positiven Tugenden in anderen Menschen oder Dingen. Und kann sie selbst völlig vernachlässigen. Was auch unter anderem den Hang zu Statussymbolen erklärt. Er übeträgt seine Vorstellungen und Ansprüche an seine eigene Persönlichkeit, die er nicht erfüllen darf, kann oder will an diese Symbole oder Personen, die das für ihn erbringen sollen.

So sein wie. Oder es ist so wie. Das reicht aus. Ich glaube, dass dieser Transfer auf andere Personen oder Dinge für Persönlichkeitsentwicklung nicht gut ist. Weil es eine zunehmende Angleichung mit sich bringt. Dabei benötigen wir so wichtig die Differenzierung.

Dieses Fehlverhalten wurde maßgeblich durch die Werbung beeinflsst, denke ich. Weil auch die Botschaften und Marken sich immer gleicher wurden. Statt sich notwendigerweise zu differenzieren. Das ist ein langer schwerer Weg für viel Marken zurück. Sich zu unterscheiden wie Eric Cantona.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03

Favorite Art – Paul Cézanne

Dieses Bild habe ich vor langer Zeit versucht mit Kohlestiften auf Packpapier in Orginalgröße zu kopieren. Es war im Kunstuntericht der Heinrich Böll Gesamtschule in Köln Chorweiler. So um die Zeit 1980 bis 1983. Ich bekam 15 Punkte dafür. Was mich heute noch mit Stolz erfüllt. Mein Kunstlehrer war schwul. Und sein Freund war mein Geschichtslehrer. Das war wie die Begegnung mit Aliens für mich. Meine ersten echten Schwulen. Die so gar nicht schwul waren. Von denen auch keiner tuntig war. Sondern einfach zwei Männer, die zu allen sehr nett waren. Viel toleranter, als man dieses ihnen oft entgegen gebracht hätte. Schnell war das Interesse an der sexuellen Neigung erloschen. Meine Leidenschaft für die Kunst wurde hier zusätzlich angefeuert. Beide Lehrer zählen rückblickend zu meinen besten Lehrern, die ich in der gesamten Schulzeit hatte. Und es waren viele. Sehr viele. Das Bild gibt es heute noch. Es hängt leider nicht mehr. Aber es ist noch da. Und es erinnert mich immer wieder gerne an eine sehr gute Zeit. In einer Schule, bei der man davon nicht ausgehen konnte. Und das Bild ist deshalb mehr als ein Bild für mich.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:02

Wunderbare Welt der Logos (10)

Ob ein Logo gut oder schlecht ist. Oder ob es sehr gut ist, oder sehr schlecht. Das erkennt man vor allem daran, dass man es erkennt. Und zwar immer, überall, aus jeder Entfernung, aus jeder Distanz, in allen Farben, zu Tag- und Nachtzeit. In allen Medien. Ob als Piktogramm oder über 100 Meter groß in den Himmel geschrieben. In allen Ländern. In allen Sprachen.

Sehr gut ist das, was man sofort erkennt. Wenn man jemanden aus dem Tiefschlaf reißen würde und zum Beispiel dieses Logo vor die Nase halten würde, müsste man damit rechnen, dass er es wüsste. Das ist ein Logo. Einfach. Und genial. Mehr braucht es nicht. Aber auch nicht weniger. Barcadi zum Beispiel hat das nie geschafft, das zu transportieren. Dabei hat es einen so bekannten Paten.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:01

deutschland. ein sommermärchen 40: staffelsee, oberbayern

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:37

Samstag, 29. Juli 2006

deutschland. ein sommermärchen 39: hamburger hafen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:05

Freitag, 28. Juli 2006

deutschland, ein sommermärchen 35: sindelsdorf, oberbayern

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 21:03

deutschland. ein sommermärchen 37: polenbergersee (3)

Geschrieben von Peter von Felbert um 15:27

deutschland. ein sommermärchen 36: polenbergersee (2)

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 15:24

deutschland. ein sommermärchen 35: polenbergersee

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 15:22

Wo haben Sie das denn gelernt?

Bei ihm!

Das ist Werner Höfer. Der ab 1952 Jahrzehnte lang den Internationalen Frühschoppen moderiert hat. Eigentlich hat er mehr durchs Programm geführt. Oftmals ist er mehr durch das Selbige geglitten, ebenso wie seine Gäste. Was heute unvorstellbar ist, war damals jeden Sonntag zur besten Sendung-mit-der-Maus-Zeit an der Sonntagesordnung.

Da saß eine Reihe von Pressevertretern und die haben sich den Wein in den Kopf gehauen, dass die mit dem Nachfüllen gar nicht nachkamen. Die Sendung begann mit 0,5 Promill und endete durchschnittlich mit knapp 3,0 Promill. Und die haben geraucht dabei. Ich sage geraucht? Gequalmt! Zeitweise hat man niemanden mehr im Nebel der Zigaretten erkannt. Die haben sich die Kippen reingezogen, da muss man sich fragen, ob es dem Kameramann oder besser allen Beteiligten erging wie der Filmcrew, die nach einem Atomversuch in der Wüste Nevada einen Western gedreht hat. Die sind alle ausnahmslos an Krebs gestorben.

Wenn man also heute jemanden auf suchtähnliche Verhaltensauffälligkeiten freundlicherweise aufmerksam macht, dann kann ich nur sagen: ich hatte große Vorbilder. JR Ewing in Dallas hat sich am Kaminsims den Wisky literweise wie Wasser reingepfiffen.

Damals war das Fernsehen voll mit Sucht-Gebrauchsanweisungen. Zu allen Tages- und Nachtzeiten. Auf allen 3 Kanälen. Und Werbung für Zigaretten und für Alkohol gab es überall.

Das ist für heutige Verhältnisse so unvorstellbar, als würde man das Handy-Telefonieren und das Internet-Surfen auf einmal gesundheitsbedingt verbieten. Aber trotz rigorosen Alkoholkonsums haben Herr Werner Höfer und seine Runde mehr Inhalte kommuniziert, als es Frau Sabine Christansen je möglich wäre. Vielleicht sollten sie und die Herren Kerner und Beckmann sich vor jeder Sendung eine Packung Gitanes und eine Flasche Wodka reinziehen. Vielleicht hilfts?

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:04

Oscar Peterson höre ich gerade

Der Jazz ist groß und weit. Er hat so viele unterschiedliche Klangfarben, wie die Bilder von Paul Gaugin. Wenn nicht sogar mehr. Es gibt viel Jazz. Sehr viel. Schon sehr lange. Der Jazz spielt in allen Temperaturen, von cool bis hot. Der Jazz ist einfach und zum Glück nicht tot zu kriegen. Er lebt, weil er lebt. Was man nicht von jeder Musik zweifelsfrei behaupten kann.

Der Jazz ist das Einzige von Wert, was die USA kulturell aus sich selbst geschaffen hat.

Für mich ist Jazz ein fester Bestandteil meines Lebens. Weil ich damit aufgewachsen bin. Mein Vater war eine Zeit Jazztrompeter. Mein erste Platte (Single) hieß Hello Dolly mit Ella und Louis. Die habe ich rauf und runter gespielt, bis keine Rillen mehr da waren.

Der Jazz ist zu mir gekommen, ich wäre sicherlich nicht zum Jazz gekommen. Ich habe ihn nicht gesucht, er hat mich gefunden.

Der Jazz ist wie exzellenter Rotwein für meine Ohren. Der Jazz ist wie wohltuhende Sonne in meinen Ohren. Denn Jazz hören, ist wie einen guten Freund treffen. Einen sehr, sehr guten.

Ich kann nicht immer Jazz hören. Dann höre ich am liebsten nichts. Besser als der Jazz, ist nur die Stille. Also, keine Musik. Der Jazz vertont mein Leben. Wie die Musik in einem unglaublich schönen und hinreißender Film. In dem ich die Hauptrolle spiele. Manchmal wenigstens.

Manchmal lege ich Jazz auf in der stillen Hoffnung, dass die Personen, die dann zugegen sind, das selbe Gefühl mit mir teilen. Das ist so als ob man einen Film liebt und diesen schon 20zig mal gesehen hat. Diesen Film schaut man nun mit anderen Personen zum ersten mal gemeinsam an. Eigentlich schon verrückt, dass die den nicht schon kennen. Man freut sich auf jede Szene. Kennt die Dialoge. Die Kameraeinstellungen. Alles. Die Vorfreude ist so groß, dass man erwartungsvoll ständig in die Gesichter der anderen stiert um herauszubekommen, ob der Film diese ebenso bewegt.

Mit dem Jazz ist das ebenso. Das ist aber nur manchmal so. Meistens geht dann meine Frau zum CD Player und sagt: "Ich mach mal das Gedudel aus, das macht mich ganz verrückt!" Das sagt sie nicht weil sie es so meint. Meine große Liebe teilt meine musikalische Liebe mit mir. Sie kann das ertragen. Dulden. Bisweilen sogar genießen. Aber sie sieht weit vor mir, dass die Menschen darunter leiden. Unter Oscar Peterson, Errol Garner, Ella Fitzgerald...leiden. Unglaublich, aber wahr. Wie kann man darunter leiden? Kein Wunder, dass ich die stille Abneigung immer als Letzter erfahre.

Im laufe der Jahre habe ich mich daran gewöhnt. Dass die meisten Menschen erst sehr interessiert tun: Jazz! Oh, ja, finde ich eigentlich ganz toll. Aber wenn dann Miles Davis, Charlie Oarker oder Chet Baker nur einen Moment unharmonsich erscheinen - was sie natürlich nie sind, sondern sie machen nur einen wunderbaren Ausflug um wieder zurück zu kommen - dann verändert sich das Antlitz, als ob man auf etwas Bitteres gebissen hätte. An einer Stelle an der man es ganz und gar nicht erwartet hätte.

Dabei will ich niemanden, außer meiner Frau und meinen Kindern zum Jazz überreden. Auch nicht zum Nichtrauchen,

oder Verzehren von bestimmten Weinen oder Nahrungsmitteln. Nicht mal von Urlaubszielen und Büchern. Geschweige von Fernsehsendungen. Nicht mal von einem Fussballverein. Denn wer Jazz hört, der verliert im Laufe der Jahr die nötige Energie um Leute umzustimmen. Und wendet sich lieber dem eigenen Genuß zu. Aber manchmal will ich meine Liebe gerne mit anderen teilen. Und vergesse, dass es nur meine Liebe ist.

Das ist wie mit Fenchel. Wenn das jemand nicht mag, dann kann man ihm das nicht jeden Tag auftischen, ganz nach dem Motto, das wirst du schon mögen. Sondern nur alle Jahre wieder in ganz unterschiedlichen Formen, neu auftischen. Denn Geschmack ändert sich. Und eventuell kommt demjenigen irgendwann über die Lippen: Lecker, was ist das? Ich habe Käse nicht immer gemocht.

Aber kein Mitleid mit Jazz höreren.

Die können im Auto hören, auf dem iPod, im Büro, zu Hause, beim Joggen. Und es findet sich immer genügend Zeit, dem Jazz aufspielen zu lassen. Der Jazz hörer ist nicht unglücklich wenn er keinen Jazz hören kann. Denn die Musik ist immer in seinem Kopf. Er ist nur unglücklich wenn er andere Musik hören muss. Da zieht er die Stille vor.

Das ist wei bei einem schlechten Wein, dann liebert ein kaltes Bier. Aber es verwundert mich, dass der Genuss von Jazz, vielen Menschen so unverständlich vor kommt. Für mich ist das so als ob man kein Eis mag, keinen Wein, kein Käse, keine Martin Scorsese Filme. Aber, solche Menschen gibt es. Und da sind auch viele ganz nette darunter. Wirklich. Glaub ich. Oder habe ich auf jeden Fall gehört. Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:02

Ich werde wohl nie mehr Zielgruppe sein. Das Radio.

In München gibt es viele Radiosender. Sehr viele.

Es gibt da die Lauten. Die Furchtbaren. Die Wirren. Die so sein wollen wie. Da wären dann noch die Klassischen. Diejenigen, die ständig alles wiederholen. Und die Grausamen. Aber am meisten gibt es von den Lauten.

Früher, also in den 80ern und 90ern habe ich viel Radio gehört. Meine Erinnerungen an die Zeit mit Radio, sind wie an einen wundervollen Urlaub. Sitzend vor dem Radio, die Finger am Kassettenrecorder. Die Kunst bestand darin, die Musik so mitzuschneiden, dass kein Gelaber oder Verkehrsdienst den Song verstümmelte oder zerstörte. Viel Wert waren Songs, die ganz drauf waren, oder bei denen man Kunstvoll vorher abgedreht hat.

Das Radio war Teil meines Lebens. Als Kinder saßen wir Abende davor und lauschten Hörspielen. Und dann kam diese ganze Musik. Diese Fülle von Musik. Und Schallplatten waren einfach noch zu teuer. Da ging man mal eine klauen, aber kaufen war in der Regel nicht drin. Meine Wenigkeit gehörte zu den Wenigen, die alles auf Kassetten hatten. Alles. Ich hatte einen braunen Aktenkofer meines Vaters, prall gefüllt mit allem, was alle hören wollten.

Deshalb wurde ich zu jeder Party eingeladen. Immer mit dem Beisatz: bringst Du den Koffer mit. So mischte ich Kunstvoll die unterschiedlichen Kassetten. So eine Art Pre-DJ.

Heute kann ich nur noch kurz Radio hören. Die Nachrichten, oder kurz vor der vollen Stunde den Sport. Aber Musik kann ich nicht mehr hören. Ich bin keine Zielgruppe mehr. Es gibt viel mehr Sender, aber keiner spielt nur 2 Lieder innerhalb von einer Stunde über die ich mich freuen würde. Vereinzelt finde ich zufällig mal ein Vierblättriges Musikstück auf irgendeinem Sender. Aber das ist ein reiner Zufall. Da ich lieber CD höre.

Manchmal denke ich Sehnsüchtig an die Zeit zurück und wünsche mir einen solchen Sender. Der alles das spielt, was wir alle damals gut fanden. Heute gilt das Rotationsprinzip. Also einige hundert Titel laufen auf allen Sendern auf und ab. Machen sie das nicht, verlieren sie Zuhörer. Was schlecht ist für das Geldverdienen.

Rotationsprinzip. Toll. Alle machen das Selbe. Was mich daran erinnert, dass vor der letzen Bundestagswahl die Kandidatenrunde auf vier Sendern identsich gesendet wurden. Trotzdem lag die ARD weit vorne, dicht gefolgt vom ZDF, dann abgeschlagen kamen RTL und SAT 1. Obwohl auf allen das selbe lief, war die Verteilung nicht mal annähernd gleich. Sondern fast so, wie sich die Marktanteile verteilen.

Das bedeutet, dass man mit dem Rotationsprinzip nur das bewahren kann, was man hat. Aber man kann nicht dazu gewinnen. Nicht mit Musik. Man hat sich also darauf geeinigt, dass alle das Selbe laufen lassen. Somit geht es nur noch um Moderatoren. Oder Gewinnspiele. Oder wer weiß was. Noch mehr Gründe dafür, dass ich nicht mehr Zielgruppe bin und sein will.

Es ist grausam festzustellen, dass man selbst aus dem Zielgruppenmuster raus fällt. Mit 42 ist man zu alt für alles. Dabei war ich vor kurzem noch zu jung, dass mir überhaupt jemand was abgekauft hat. Schade dabei fahre ich so viel Auto und könnte so viel Radio hören. Ich habe Kaufkraft. Bin Familienvater und Unternehmer. Ist das alles nichts mehr Wert?

Vor ca. 3 jahren war mal ein Radiosender bei mir zu Besuch. Die Marketingleiterin war sehr nett und fragte mich: Wie man eine Person wie mich dazu bewegen könnte, ihren Radiosender zu hören. Ich antwortet: gar nicht! Wir haben nie mehr was von einander gehört. Das ist auch gut so. Ich häte mehr gelitten, als Spaß daran gehabt.

So ist das, wenn man nicht mehr Zielgruppe ist und zudem auch noch bemerkt nicht mehr sein kann und will. Furchtbar.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Liebesentzug: Kreativ-Auszeichnungen

Die Werbung im Allgemeinen und ich im Speziellen leiden darunter, nie in den 7ten Himmel gehoben zu werden. Man schuftet Tag und Nacht, und der Dank ist nur Geld. Keine Anerkennung, Überhöhung jeglicher Art. Die Filmbranche hat den Osacar, Felix, Bayrischen Filmpreis, Golden Globe ..... Auf irgendeinem dieser Auszeichnungsfestivals bekommt jeder seinen Briefbeschwerer.

Die Werbebranche leidet so dermaßen, dass sie sogar selbst Geld zahlt, dafür ausgezeichnet zu werden und nicht wenig. Wenn eine Agentur wie Scholz & Friends alle Hoffungsträger zum ADC schickt, dann kostet das ein Jahresgehalt eines CDs. JvM bis zu 3 Jahresgehälter.

Absurd, dass man Geld dafür bezahlt, sich selbst auszuzeichnen. Kannte man in der Öffentlichkeit bis dato nur von Konsul Weyer. Aber die Perversion geht weiter. Cannes. In Cannes feiert sich die Branche Tag und Nacht selbst. Unzählige Feten begleiten den Mammut-Event. Und weil die Kreativen nie jemand einlädt, so laden sich hier alle regelmäßig gegenseitig ein.

Mein Bild von Cannes ist so. Der Werber ist an sich Dienstleister. Und das Dasein von Dienstleistern ist immer im Schatten und großer Zurückhaltung von Marken. Die diese glänzen lassen wollen. Deshalb ist es umso verrückter, dass die Agenturen sich feiern, wie es eigentlich den Marken und Auftraggebern gebühren würde. Es ist auch ihr Geld.

Würden die Kunden diese Events initiieren, wäre das was völlig Anderes. Aber es wäre eine Katastrophe, denn alle Auszeichnungen würden an die Mitglieder der Jury gehen. Obwohl – das ist heute ja schon so.

Dieser Branche würde Zurückhaltung, Understatement und ein wenig Demut sehr gut zu Gesicht stehen. Und das Geld, das sie für diese Selbstinszenierungen ausgibt, dafür könnten nicht wenige Agenturen 5 Azubis, 5 Praktikanten, 5 Junior Texter, 5 Junior Art Direktoren und 5 Junior Kontakter einstellen und es wäre noch Geld übrig für das Weihnachtsgeld und ein ordentliches Sommerfest.

Also, ich habe meiner Truppe mal den Scheck für die Einsendungen unter die Nase gehalten und habe gefragt: Für Geld Anerkennung einkaufen oder eine geile Party. Und wenn wir nicht pleite gegangen sind, so feiern wir noch heute. In diesem Sinne: Prost.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Donnerstag, 27. Juli 2006

About Herrn Harald Schmidt

Alles ist gesagt. Zurecht ist er mit Preisen überhäuft worden. Trotzdem möchte auch ich darauf hinweisen, in wie weit Herr Schmidt mein Leben begleitet und beeinflusst hat. Auch auf die Gefahr hin, dass dies niemanden interessiert. Der Kernnutzen, den er mir vermittelt hat, ist: Sag, was du denkst. Sag es klar und deutlich. Und entschudige dich nicht für deine Meinung. Sei gut zu den Guten. Und sei gar nicht zu den anderen. Und vor allem habe keine Angst davor, nicht verstanden zu werden. Und bleib deiner Linie treu. Und mach dein Ding. Sei unverwechselbar du selbst. Dann musst du dich nicht so anstrengen. Und sei konsequent. Ohne Einschaltquoten geht es zwar nicht, aber wenn die dich nicht wollen, dann hör auf. Mach nichts anders.

Er hat mich verblüfft und mutig gemacht, für das, was ich oft gedacht und mich nicht zu sagen getraut habe. Seit Harald Schmidt gehört vornehme Zurückhaltung zum Nutzen Anderer für mich der Vergangenheit an. Setz deine Stärken ein. Nichts ist peinlich, außer uncool zu sein. Teil aus, auch wenn du nur schlecht einstecken kannst. Und verdiene mit dem Wenigen, das du kannst und hast, schnell viel Geld, bis es keiner mehr will.

Herr Harald Schmidt, danke für das alles. Und das Schönste zum Schluss: Sie haben sich nie lächerlich gemacht, ohne es selbst bemerkt zu haben. Was andere ihrer Zunft nicht mitbekommen haben, oder mitbekommen wollen. Oder nicht können.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

Eigentlich bin ich ja...

Jeder Taxifahrer ist ja eigentlich Schauspieler, oder Lehrer, oder.... . dass man da nicht selbst drauf gekommen ist. Kellnerinnen sind eigentlich im Studium, oder auf jeden Fall was ganz anderes. Ich habe das Gefühl, dass nur die wenigsten Menschen wirklich das tun, wofür sie sich berufen fühlen. Vor einiger Zeit untermauerte mein Gefühl eine Umfrage im Fokus. Die verheerend zum Ausdruck brachte, dass 70% der Menschen keine Lust auf ihre derzeitige Beschäftigung hätten. Und ich glaube 16% schon innerlich gekündigt hatten. Das bedeutet 86% waren am falschen Platz und sind eigentlich: Was anderes.

Eigentlich geht es mir auch so. Aber an das "eigentlich" habe ich mich gewöhnt. Man könnte sagen, ich habe mich damit arrangiert. Denn in meiner Kindheit hatte ich andere Träume davon, was ich eigentlich werden sollte. Und dieser Traum hat mich lange verfolgt. Manchmal kommt er noch heute über mich.

Ja, auch ich bin eigentlich...man traut es sich gar nicht zu sagen. Eigentlich bin ich...Jazzsänger. So ein Blue Eyes Frank Sinatra-Typ in moderner Ausprägung. Der Harry Connick Jr. & Michael Bubblé aus Deutschland. Ich hätte mich Frank Martin Jr. genannt. In Anlehung an das Rat-Pack. Mein Traum war es immer, vor einer Big-Band zu stehen. So eine Count Basie Big Band. Und Abends in dieses Ballrooms aufzutreten. So etwas wie Cotton Club.

Ich mache so meine Show, mit ein wenig Comedy und natürlich Gesang. Die Big Band ist fulminat. Wenn die Bläser aufstehen und zu "I belive in you" ihre Lungen in die Mundstücke entleeren, fliegen die Salatblätter von den Tellern der Gäste bis an die Rückwand des Saals. Und so swinge ich mich durch den Abend. Wochenende für Wochenende. In London, Berlin, München, New York, LA.

In München habe ich mein eigenen Ballroom. Das Lustspielhaus wäre perfekt. Fantastisches Essen. Teures und sehr gutes Finger Food. Dazu Champagner und sündhaft gute und teure Weine. Hübsche Frauen gehen um und bieten Zigarren und anderes Rauchwerk an. Alle sind immer gut gekleidet. Somking ist nicht pflicht. Aber alle kommen adäquat gekleidet. Es wird viel getanzt dazu. Und mein letzter Song ist immer "One for my baby".

Ich sehe ein wenig aus wie der ältere Marlon Brando, oder wie Robert de Niro in "Wie ein wilder Stier" als er nach seiner Boxerkarriere zum Mikro griff. Die Welt, die Musik, den Geruch, den Geschmack ich kann das alles fühlen. Aber ich kann nicht wirklich singen und bin nicht wirklich musikalisch glaube ich. So bleibt es bei meinen unvergesslichen

Konzerten die ich im Auto und unter der Dusche gegeben habe. Und ich habe auch gehörig Schiss davor, dass der schöne Traum eines Tages platzen könnte. Obwohl? Man lebt nur einmal.

Dann kann ich immer noch sagen: Eigentlich bin ich....

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Mit Police Squad fing alles an

Lang, lang ist es her, noch in Düsseldorf, da hatte ich eine Foto- und Videoproduktion als Texter begleitet. Der Macher von dem Ganzen, war Thomas Caspari. Es ging um 10 Jahre Sony Walkman. Aber das tut nichts zur Sache. Wir beide hatten den identischen Filmgeschmack, so schauten wir die gesamte Produktionszeit "Police Squad". Und zitierten diese Filme von vorne bis hinten. Niemand in unserem Umfeld hat auch nur ein Wort verstanden, oder gelacht. Außer uns beiden. Wir haben uns tagelang schlapp gelacht: "Zigarette?" - "Ich weiß!"
"Er hat zweimal erschossen!"
"Kaffee?" - "Ich weiß!"

Leslie Nilson in seiner Paraderolle. Die dann in der Fortsetzung bekannt wurde unter " Die Nackte Kanone". Auch zum Wegschreien. Aber die Mutter dieser Filme sind die Folgen von Police Squad. Ich kann niemanden zwingen, diese zu sehen. Aber wenn sich euch mal die Chance bietet. Macht es mir zuliebe.

Das Wichtigste zum Schluss. Auf keinen, gar keinen Fall mit Frauen zusammen sehen. Die lachen null. Und versauen einem die ganze Stimmung. Ich weiß nicht, warum. Aber ich kenne keine Frau, die über Police Squad auch nur einmal gelächelt hätte. Ist mir egal, warum. Aber wenn ihr die volle Dröhnung haben wollt. Dann geht das nur unter Männern.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:01

Ein für alle mal: der Unterschied zwischen...

Metapher (da nagt der Zahn der Zeit dran ...)

und

Analogie (das ist wie beim Fussball ...)

Für alle. Für immer zum Nachschlagen. Eine Initative für Klarheit. Es muss Klarheit herrschen. Klarstellungen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:00

markengesichter 11: schwester theodolinde mehltretter, adelholzner mineralwasser

schwester theodolinde mehltretter war 15 jahre lang geschaeftsfuehrerin der adelholzner alpenquellen gmbh. 2004 wurde sie zur generaloberin der barmherzigen schwestern berufen.

Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 00:55

deutschland. ein sommermärchen 34: strand bei travemünde

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:39

Mittwoch, 26. Juli 2006

Imagine

Die erstrebenswerten Utopien scheinen ausgestorben zu sein. Die Katastrophenszenarien blühen. Damals war nicht alles besser, aber es gab diese völlig verrückten Utopien. Eine Welt in Frieden. In der man die Krankheiten und Mängel besiegt und beseitigt hat. Die völlig naive Hoffnung, dass Waffen nur noch im Museum zu betrachten sein werden. Und dass Kinder eines Tages beim Anblick dieser Relikte der Vergangenheit völliges Unverständnis zeigen:"Was ist das Mama?"

Drogen wären frei. Sexualität wäre frei. Alle Leben in Harmonie und Frieden miteinander. Alle. Ich wiederhole: Alle. Die Umverteilung des Kapitals. Der Mensch als höchste Entwicklungsstufe der Evolution, ist am Ende völlig im Einklang mit Umwelt und Natur, seinem Sich und seinem Über-Ich, seinen Eltern, seiner Oma. Gewaltfrei. Agressionsarm.

Nichts davon ist letzendlich zu verwirklichen und in vollem Umfang nicht einmal erstrebenswert. Aber die Richtung dieser bescheurten Utopien, hat mit besser gefallen. Die waren positiver und zuversichtlicher. Zwar ebenso dämlich wie die negativen Szenarien, aber eben nicht negativ.

Imagine.

Imagine there's no heaven
It's easy if you try
No hell below us
Above us only sky
Imagine all the people
Living for today...

Imagine there's no countries
It isn't hard to do
Nothing to kill or die for
And no religon too
Imagine all the people
Living life in peace...

Imagine no possesions
I wonder if you can
No need for greed or hunger
In a brotherhood of man
Imagine all the people
Sharing all the world...

You may say i'm a dreamer
But i'm not the only one
I hope some day you'll join us
And the world will be as one

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:04

Die Rüstung

Die Analogie ist nicht von mir, sondern letztens in einem Gespräch gefallen. Mit einem Herrn Lindner, der sich unter anderem für ein Projekt engagiert, das da heißt "Luftfahrt ohne Grenzen". Das nur nebenbei. Wir redeten über die Businesswelt. Und stellten fest, dass der Anzug die Ritterrüstung der Neuzeit ist. Es gibt keinen nachvollziehbaren

Grund dafür, dass alle Anzüge tragen. Deshalb muss sich etwas Elementares damit verbinden. Ich glaube, die Businesswelt ist soweit entfernt von der Realität, dass sich der Businessman jeden Tag auf eine Art Kreuzzug begibt. Und sich dafür rüstet. Die Rüstung gibt ihm Sicherheit und Schutz. Zudem ist sie auch ein Erkennungsmerkmal. Es macht ihn zu einem Ritter einer bestimmten Burg.

So ziehen sie jeden Tag in die Schlacht. In ihre Schlacht. Und kämpfen einen Kampf, bei dem es täglich Sieger und Verlierer gibt. Die Gefahr droht von allen Seiten. Er ist auf sich gestellt. Vertraute gibt es letzendlich nicht. Der Vatermord ist für das eigene Weiterkommen an der Tagesordnung.

Trotz der 68er, der wilden 70er, der friedfertigen 80er, der umweltbewussten 90er bis heute. Er könnte, aber er will die Rüstung nicht ablegen. Die Angst, verletzt zu werden, ist zu groß. Noch zu groß.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03
```

Die Freiheit nehme ich mir

Im Lauf der Jahre habe ich mir die nötige Portion Intoleranz und Ignoranz angeeignet. Die ich nicht mal groß verheimliche. Sondern relativ offen zur Schau trage. Das mache ich nicht, um andere zu düpieren, sondern um mich selbst zu schützen.

Wenn Menschen mich langweilen, schlafe ich ein oder verlasse den Raum, gehe zu Bett oder beende das Zusammensein schnellst möglich.

Denn ich habe gelernt, dass ich in bestimmten Momenten da sein muss. Wie ein Feuerwehrmann. Oder der Tagesschausprecher. Und um voll da zu sein, kann ich unmöglich alles mit mir rumtragen. Das gefährdet die Situationen, in denen ich voll da sein muss, brutal. Das kann und darf ich nicht zulassen. Denn ich verlasse mich auf mich und einige andere tun das auch.

Da kann ich einen solchen Moment verkitten und nachher sagen:"Ich war irgendwie nicht gut drauf!" Genau in diesen Situationen, in denen ich mich auf meine Eingabe und Intuition blind verlassen muss, darf nichts diese Strömung beeinflussen. Vor allem nicht blockieren bis hin zu stauen. Früher hatte ich mehr Zeit und noch mehr Kraft. Da konnte ich mehr seelischen und gedanklichen Krempel und Müll mit herumtragen. Heute kann und will ich das nicht mehr.

Das führt oft dazu, dass ich nicht das tue, was andere Menschen von mir erwarten. Oder dass ich etwas voller Elan mache, was keiner von mir erwartet hat. Um das so tun zu können, muss ich in vielen Momenten sehr ignorant und intolerant sein. Das mögen Menschen nicht. Damit musste ich leben lernen. Denn es sind die selben Menschen, die mich dafür lieben, dass ich im entscheidenen Moment da war, hellwach bin.

Manchmal wundere ich mich über mich selbst, was ich so alles mache. Aber das ist wie Training, Rituale oder Vorbereitung. Ich kreise um Themen, um mich dann wie ein Mäusebussard aus luftigen Höhen darauf stürzen zu können. Und so kreise und kreise ich manchmal. Und alle müssen denken: Was macht der da? Ich beobachte. Ich überlege. Ich finde.

Wenn ich alles zulassen würde und alles an mich ran lassen würde, was mich so umgibt, dann würde ich nichts auf die Reihe bekommen, was ich von mir erwarte. Aber alle Anderen wären für den Moment glücklicher. Allein das Handy, die E-Mails, die Post, die Anrufe, die Meetings. Die Welle von Informationen und völlig überflüssigen und sinnlosen Details. Wahnsinn. Da mache ich einfach nicht mit.

So rutscht mir beim Kunden schon mal der Satz raus: "Das interessiert mich überhaupt nicht. Es reicht, wenn Sie das wissen." Die denken, man kommt auf Ideen, wenn mal alles ganz genau weiß. Jedes winzige Detail. Dabei liegt die Kunst genau im Gegenteil, nur das Wichtigste zu wissen. Das macht es höchst wahrscheinlich, dass die Idee sich genau darauf konzentriert. Worauf sonst, wenn nichts anderes da ist?

```
Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:02
```

Meinungsfreiheit

Eigentlich haben alle in der Öffentlichkeit Kommunizierenden die Meinungfreiheit missbraucht. Die Unternehmen mit der Werbung. Die Medien sowieso. Die Meinungsfreiheit ist für Interessen missbraucht worden. Und mit der selbigen verteidigt. Das ist sehr, sehr, sehr schlecht. Denn der Bürger glaubt der Meinungsfreiheit nicht mehr. Und immer weniger. Sondern er geht davon aus, dass die freie Meinung keine freie ist.

Somit verweigert das Konsumvieh zunehmend die Manipulation der Meinungsfreiheit. Und jetzt kommt es ganz schlimm. Diese Bürger tun ihre eigene Meinung kund. In Blogs. Das kann und darf allen Interessengruppen nicht gefallen. In Blogs versuchen Menschen, der Meinungfreiheit die Würde zurückzugeben. Und schon drängen sich wieder die Manipulationsversuche auf.

Die Medien gehen nicht nett mit den Blogs um. Die Interessengruppen ohnehin nicht. Aber die drohende Demokratisierung der veröffentlichten Meinung geht voran. Der Spiegel hat darüber berichtet. Peinlich. Die Zeit hat darüber berichtet. Distanziert. Alle reden und schreiben über Blogs. Und verurteilen die Blogger, die ihre Meinung veröffentlichen, bis hin zur Diskriminierung.

"Nicht repräsentativ" wird da angemerkt. Was man von käuflichen redaktionellen Berichten auch nicht behaupten kann. Eins ist noch klar: Die Meinung der Blogger ist noch nicht käuflich. Im Gegensatz zur veröffentlichten Meinung. Eigentlich gewinnen die Blogger die Pressefreiheit zurück. Und es ist nur eine Frage der Zeit, bis Axel Hacke, Harald Martenstein und andere sich zusammentun, um ihre Meinung ihrem Publikum kund zu tun.

Blogs sind das, was viele Verlage und vor allem Autoren gerne wären. Unabhängig. Aber das wird leider nicht so bleiben. Haben die Interessengruppen erst mal überhaupt verstanden, woher der Wind in Zukunft weht, werden auch die Blogger das Geld der Unabhängigkeit und Freiheit vorziehen. Zum einen leider, zum anderen gut zu wissen, dass jeder seinen Preis zu haben scheint.

Nicht nur ist jeder ein Künstler. Jeder hat eine Meinung. Auch wenn er dafür kein Geld bekommt. Nicht Journalismus studiert hat. Der Rechtschreibung nicht mächtig ist. Kein politisches Amt bekleidet. Und kein Werbebudget hat. Das muss Demokratie nicht aushalten, das ist Demokratie. Die Basis schreibt. Und alle lesen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Dienstag, 25. Juli 2006

Das Mercury Puzzle

Freddy Mercury. Ein Mann zur falschen Zeit am falschen Platz. Homosexuell zu sein, als das noch wie ein Strafdelikt verfolgt wurde. Dabei aber verheiratet zu sein und Kinder zu haben. Elton John wurde auch dazu genötigt. Zwei Menschen unter ein und der selben Haut zu sein, das ist schon viel. Viele, ebenso Große ihrer Zeit haben das nicht unter ein Dach bekommen. Und haben sich frühzeitig verabschiedet. Die Diskrepanz zwischen idealisierter Kunstfigur und normalem, menschlichem Dasein ist schon eine unglaubliche Belastung für viele öffentliche Personen. Da heiligt das Geld als Zweck oftmals nicht mehr die Mittel. Aber gleich drei Charaktere unter einer Haut! Das ist der Wahnsinn. In drei Welten zur selben Zeit leben müssen. Und in jeder einzelnen, zwei andere vergessen machen.

Dafür hat er es sehr lange, sehr weit gebracht. Und noch heute ist mir seine innere Zerrissenheit irgendwie peinlich. Dass eine Gesellschaft eine solche Persönlichkeit nicht voll akzeptieren konnte. Die Marke Freddy Mercury ist somit für mich ein Puzzle aus vielen Teilen. Und seine letzten Lebensjahre haben es eigentlich erst rund, klar und verständlich gemacht. Weil ich mich natürlich als junger Mann immer gefragt habe: Wie geil, aber was macht der da und was hat der an?

Dann stelle ich mir vor, er hätte in einer Zeit gelebt, in der Homosexualität etwas total normales gewesen wäre. Wieviel mehr Freude hätte er am Leben gehabt, ohne dieses Versteckspiel?

Mit Marketing hat das insofern zu tun, als dass es mir unbedingt wichtig erscheint, die öffentliche und die nicht öffentliche Marke genau zu kennen und zu erkennnen. Das Bild nach außen ist ein völlig anderes, als das Bild nach innen. Das Harmonisieren empfinde ich als falsch. Es sind zwei Positionierungen, die es zu definieren und umzusetzen gilt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:03

Brand Character – Haarige Tatsache

Robert Redford hat über den gesamten Zeitraum seines Wirkens, in allen Rollen, ob als Cowboy, Betrüger, Gangster, als Staatsanwalt, Reporter, Knast-Direktor, Baseballspieler, Anchorman, Pferdeflüsterer ... wie gesagt in allen Rollen, quer durch alle Zeiten, Genres und Kontinente, zu all seinen Lebzeiten immer den selben Haarschnitt.

Dieser selbe Haarschnitt ist Brand-Charakter bei Robert Redford. Und zwar so sehr, dass, sollte ihm die Haarpracht altersbedingt verloren gehen, er eine Perücke tragen müsste. Das ist eine Leistung besonderen Ausmaßes, die nie angemessen gewürdigt wurde. Schon gar nicht von der Kommunikationsbranche. Dabei ist er unser bestes Aushängeschild. Warum der Wandel von Marken alles in und um die Marke betreffen kann, aber nicht den Brand-Charakter. Es muss mindestens eine Konstante geben.

Danke Mister Redford, dass Sie das aus- und durchgehalten haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:02

Limonade = Bionade

Die Erfolgsgeschichte kann sich jeder selbst googeln. Aber bei uns zu Hause ist die Bionade nicht mehr weg zu denken. Denn da hat jemand etwas kreiert, das einem großen Bedürfnis entsprach. Limonade, die nicht zu süß ist. Die man "anstatt" trinken kann. Die man gerne trinkt. Die zudem auch noch leckere Geschmacksrichtungen hat. Lange habe ich

darauf gewaretet, ein antialkoholisches Getränk in den Händen halten zu dürfen, das dabei nicht so antialkoholisch ist, sondern auch cool. Ginger Ale, Bitter Lemon usw. Aber alles hat mich nicht so überzeugt wie Bionade. Ein geiles Produkt, das seinen Erfolg nur darauf aufbaut, dass es leckerer schmeckt als andere Getränke. Ein Produkt also, das als Produkt überzeugt. Keine haltlosen Werbeversprechen, sondern vor allem Weiterempfehlung. Und da bei uns bekanntlich "Die bessere Idee!" gewinnen soll, hat es seinen Platz hier mehr als verdient.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:01

Wunderbare Welt der Logos (9)

Logos sind oftmals wie Kunst, Konzentrate einer Zeit. Natürlich nur dann, wenn sie zum Einen gut und zum Anderen ein Spiegel ihrer Zeit sind. Dieses Logo würde heute keinem mehr in den Sinn kommen. Es würde keiner so gestalten. Aber zu seiner Zeit, musste es exakt so aussehen. Es ginge gar nicht anders. Der Beweis: wir würden uns heute sonst nicht mehr daran erinnern. Jede Zeit hat ihre Logos. Aber nur ganz wenige bleiben, gesellen sich hinzu, oder verdrängen andere. Der Friedhof der Logos ist groß. Dieses ist nicht tot zu kriegen. Deshalb reiht es sich ein in die wunderbare Welt der Logos, auch wenn es nicht allen gefällt. A propros nicht gefallen. Da gibt es noch eine Reihe weiterer, sehr gut gemachter Logos, die extrem wirkungsvoll und erfolgreich waren, aber indiskutabel sind. Und die ich in diesem Zusammenhang nicht zeigen werde. Das ist eine Frage meiner Grenzen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:00

Montag, 24. Juli 2006

Das Chicago-Prinzip

K3: konstant, konsequent und kreativ

Einen sehr schönen Beweis für das K3 Prinzip liefert die Pop-Rock Band Chicago. Den meisten Ü40 noch bestens bekannt für die erste Petting-Hymne "If you leave me now". Allen U40 sagt das nicht viel, das tut aber auch nichts zur Sache. Versteht man auch ohne gefummelt zu haben. Ein Plattencover nach dem anderen ansehen, staunen und nicken. Das reicht um zu verstehen was gemeint ist mit dem K3- und/ oder Chicago-Prinzip. Und bitte jetzt nicht mehr verwechseln mit K2.

Das Chicago-Prinzip:

Was hier so einfach aussieht, ist eben das Schwere. Deshalb schaffen und machen es auch so wenige.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:04

Zotter Schokolade

Etwas richtig Gutes kommt da aus Österreich. Zotter Schokolade, handgeschöpft, zum daniederknien. Mit so viel Inspiration und Liebe gemacht. In so unglaublichen Geschmacksrichtungen, dass man schon aus Solidarität "für die bessere Idee, zuschlagen muss. Der absolute Hammer ist: Rotwein und Zotter. Dieses Geschmacksfeuerwerk aus beiden Genüssen ist final.

Da hat jemand die Idee der Schokolade wieder auf ihren Kernnutzen zurück geführt. Nicht viel muss man essen, sondern lecker soll sie sein.

Einer meiner zahlreichen Zotter-Favoriten:

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:03

Wenn schon denn schon- Fernsehtipp

Eigentlich sollte man die Flimmerkiste grundsätzlich abgeschalten lassen. Alles andere ist erlebenswerter, als der starre Blick in die Glotze. Aber hin und wieder gibt es Impulse der flachen Bildschirm-Art und die kann man sich ruhig mal zu Gemüte führen. Mehr nicht. Das wahre Leben spielt überall, nur nicht im Fernsehen. Und daran sollte man nie vorbei laufen.

The Tipp:

Kurt Krömer Show. Ist eine total abgefahren Talkshow, die aber irgendwie auch keine Talkshow ist. Irre amüstant und sehr eigen. Die Sendetermine gibt es hier.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:01

Mein ersten Blog-Schritte

Was soll das?

Die Fragen der Newcomer gleichen sich wie ein Ei dem anderen. Hat man sich an das neue, ungewohnte Umfeld einmal gewöhnt, kann sich eigentlich niemand mehr an seine anfängliche Kritik erinnern. Sicherlich liegt es daran, dass es anders und neu ist und dass einem solche Dinge eher fremd sind. Die anfängliche Ablehnung gehört zur Annäherungskultur nun mal dazu.

Da schütten Mensch täglich ihr Seelenleben aus. Warum?
Weil dieses Medium dafür geeignet ist, seine eigene Meinung, Einstellung und Tagesform kund zu tun. Zudem hat man so die Möglichkeit, überhaupt von anderen Sichtweisen zu profiterieren. Was man in der Medienlandschaft so gut wie gar nicht mehr hat. Die ehemalige Pressefreiheit unterliegt zu großen Teilen schon längst den Vermarktungsansprüchen. PR ist käuflich, das weiß jeder. In Blogs ist bis jetzt so gut wie nichts käuflich. Das ist auf jeden Fall die Entstehungskultur der Blogs.

Fast alles ist anonym. Warum?
Weil nicht die Personen zählen, sondern die Meinung. Es geht um Inhalte, nicht um die Form oder wie wichtig und/oder unwichtig eine Person ist. Das Alter, das Geschlecht, der Rang, der Titel, die Position sollten dabei egal sein. Es geht um das Geschriebene oder Gezeigte.

Wohin soll das führen?
Blogs sollen eine verlorengegangene Kultur der Gleichgesinnten bis hin zur Freundschaft wiederbeleben helfen. Denn wo sonst kann man unter Seinesgleichen sein. Tagsüber mal eben. Ohne Verabredung, ohne Termin und Stress. Der Blog kann Menschen mit selben Interessen zusammenführen.

Das ist ja alles subjektiv, was hier geschrieben wird?
Richtig. Und das ist auch gewollt und gut so. Aber es ist, oder sollte nicht käuflich sein. So vertritt hier jeder seine Meinung. Und wenn jeder seine Meinung vetritt, sind alle Meinungen gehört. Das muss subjektiv sein.

Wie findet man sich den hier überhaupt zurecht?
Ein Blog ist ein wenig wie ein Flohmarkt der Meinungen. Man muss herumgehen, durch die Rubriken schauen, suchen, was einen anspringt. Täglich mal kurz reinsehen. Dann findet man sich wie in einer fremden Stadt immer besser zu Recht.

Was soll oder kann ich tun?
Gute Blogs weiterempfehlen, damit immer mehr Gleichgesinnte dazustoßen. Was man nicht weiß. macht einen nicht heiß. Aber Achtung, es geht wirklich nur um Qualität nicht um Quantität. Zudem darum, Spaß zu haben. Einfach Spaß. Dann viel lesen. Und wenn man will, seine Meinung zu Artikeln in Form eines Kommentars beisteuern.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:00

deutschland. ein sommermärchen 33: rosalie, jetzt mit eis (capri)

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:33

deutschland. ein sommermärchen 32: rosalie

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:22

deutschland. ein sommermärchen 31: der rhein bei wiesbaden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:18

deutschland. ein sommermärchen 30: burg cochem an der mosel

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:14

Sonntag, 23. Juli 2006

new kids on the blog

ich schreibe nicht. ich bin fotograf. ich fotografiere. normalerweise. dh auch hier fotografiere ich. im blog. also fuer den blog. aber das besondere an meinen fotos im blog ist: die mache nur ich. hier bestimme ich meine bilder. auch sonst druecke ich meist alleine auf den ausloeser. aber im unterschied zu meiner professionellen fotografie: kein artdirektor, kein bildredakteur entscheidet ueber meine auswahl. haette lieber ein querformat, statt meines geliebten hochs, oder gerne mehr menschen abgebildet.

nicht dass die bilder dadurch besser wuerden, dass ich sie alleine entscheide. aber sie werden mehr ich.

ich liebe meinen job als fotograf. ich mag bildredakteure, artdirectoren und meine kunden, vor allem meine lieblingskunden. ich mag den dialog. es ein befriedigendes gefuehl dinge zu machen, die jemand braucht. die fuer ihn einen nutzen haben. das gibt mir das gefuehl sinnvoll zu sein.
aber manchmal brauche ich es auch sinnlos zu sein. mit ideen und projekten scheitern zu koennen. denn nur wenn ich scheitern kann, kann ich dinge ausprobieren, die mich weiterbringen, die mir etwas neues zeigen. das scheitern versuche ich meinen kunden zu ersparen. das verdirbt die atmosphere. im job setze ich dinge ein, die ich kann. im blog auch mal die, die ich noch nicht kann, die ich ausprobiere.

und diese ungeahnte freiheit hat mich so uebermuetig gemacht, dass ich mich hier sogar traue zu schreiben.

Geschrieben von Peter von Felbert in Blog Betriebsanleitung um 10:52

Samstag, 22. Juli 2006

deutschland. ein sommermärchen 29: ausflugsdampfer (4), mosel

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 21:30

deutschland. ein sommermärchen 28: ausflugsdampfer (3), mosel

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 21:29

deutschland. ein sommermärchen 27: ausflugsdampfer (2), mosel

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 21:27

deutschland. ein sommermärchen 26: ausflugsdampfer, mosel

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:04

deutschland. ein sommermärchen 25: loreley

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:53

deutschland. ein sommermärchen 23: kloster eberbach (2), rheingau

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:35

deutschland. ein sommermärchen 22: kloster eberbach, rheingau

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:31

deutschland. ein sommermärchen 21: ruine grevenburg an der mosel (2)

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:21

deutschland. ein sommermärchen 20: weintrauben an der mosel

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:17

deutschland. ein sommermärchen 19: riesling, traben trarbach an der mosel

Geschrieben von Peter von Felbert um 00:13

deutschland. ein sommermärchen 18: ruine grevenburg an der mosel

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:06

deutschland. ein sommermärchen 17: kaub am rhein

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:02

deutschland. ein sommermärchen 16: fruehstueck auf burg gutenfels, kaub am rhein

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:01

Freitag, 21. Juli 2006

Doktor Spar.....

...scheint kein wirklich guter Arzt zu sein.

Abgesehen davon ist es immer wieder erstaunlich, wie sehr ich mich für Spam Mails begeistere. Pop-Ups klicke ich sofort weg, bunte, blinkende Werbebanner und Icons sind mir ein Greuel und noch immer wünsche ich dem Erfinder der Layer-Ad eine nicht tödliche, aber enervierende Hautkrankheit, die ihn so sehr mit juckenden Körperstellen beschäftigt, dass o.g. Werbeträger sein letzter Geniestreich war.

Mit Spam-Mails ist das anders. Inzwischen. Früher waren diese wirklich nervig und die ein oder andere Hard- bzw. Software musste dran glauben, Spamfilter waren noch nicht erfunden und feil geboten wurden fast ausschließlich "P3N!$-3NL4R6M3NT" und "\/!46R4". Inzwischen ist es aber ein Leichtes (oder sollte es sein), der Spammerei Herr zu werden. Allerdings entgeht einem manch Spass zwischendurch. Inzwischen verstehe ich weder Sinn noch Zweck, noch Hintergrund der Nachrichten, die sich in meinen Spam-Ordnern sammeln, von deren Herkunft ganz zu schweigen. Doch immer wieder ist der ein oder andere Schatz darunter, der mir eine Regung zwischen mildem, erheiterten Lächeln und exzessivem, schmerzhaftem Lachanfall beschert. Als ob sich jemand hingesetzt hätte, um meine Welt, per Spam, zu erheitern. Wer auch immer das ist, beweist Sinn für Humor, jedenfalls in meinen Augen. Und hätte ich die Mail vom Absender "Bank" mit dem Betreff "Ihr Geld ist da" nicht am selben Tag acht mal erhalten, ich glaube, ich hätte sie geöffnet.

In welchem Fach er wohl promoviert hat?!

Geschrieben von in 02 . Blickwinkel um 13:30

Freiheit – das unbequeme Thema

Freiheit kann zweierlei bedeuten:

1.
Alles ist erlaubt.

2.
Alles ist erlaubt, was nicht die Freiheiten Anderer einschränkt.

Wer einen Vorteil für sich oder seine Interessen sieht, der pocht auf Auslegung eins. Wer seine Vorteile oder Interessen in Gefahr sieht, auf Auslegung zwei. Freiheit ist immer eine Frage der moralischen Interessen derer, die über die jeweilige Auslegung des Freiheitsbegriffs entscheiden. Freiheit ist also nicht das Selbe. Nicht mal annähernd das Gleiche. Über die Grenzen der Freiheit zu reden ist, wie über die Abtreibung in den USA zu reden. Man trifft auf Dogmen, die aufgestellt wurden, um Interessen zu verteidigen, sogar zu beschützen.

Unternehmen nutzen ihre unternehmerische Freiheit um zum Beispiel Profite zu erwirtschaften. Dabei nehmen einige billigend mehr in Kauf als andere. Die Begründung ist immer die selbe. Es ist die freie Entscheidung. Fernsehsender und andere Medien berufen sich auf die selbe Auslegung. Der Konsument hat ja die Freiheit, das Angebot auszuschlagen.

Das Selbe geschieht im Umgang mit Familien, Kindern, Umwelt, Gesundheit. Niemand wird gezwungen zu rauchen. Oder zu trinken. Niemand muss zu schnell Auto fahren. Das sind alles persönliche Freiheiten von Menschen, Freiheiten, die es zu bewahren gilt.

Der Begriff Freiheit, für den so viele gelitten haben und gestorben sind, für den Mandela 27 Jahre hinter Gittern saß, hat das nicht verdient. Der Missbrauch von Wörtern müsste ebenso strafrechtlich verfolgt werden wie Kapitalverbrechen. Somit ist immer festzustellen: nach Definition 2 schränkt die erworbene Freiheit die andere ein. Und das ist auf das Schärfste zu verurteilen.

Es ist ekelhaft, hinter was sich Menschen verstecken, um ihre Interessen durchzusetzen. Nur weil die Mehrheit mit dem Begriff Freiheit eines der höchsten und humanitärsten Ziele identifiziert. Das ist so, als ob man Kriegsspielzeug nun Friedensspielzeug nennt und, um das zu unterstreichen, ein rotes Kreuz darauf macht. Freiheit ist schwer. Denn sie hat viel mit Regeln und Grenzen zu tun. Mit dem Einhalten von Prinzipien. Freiheit muss sich an der Ethik orientieren und nicht an der Moral. Denn die verändert sich mit jedem Längen- und Breitengrad.

In Zukunft werden Unternehmen immer mehr daran gemessen, ob sie einen sinngemäßen Umgang mit der Freiheit kultivieren. Keinen maßlosen Umgang, sondern einen sinnvollen.

Freiheit braucht Regeln. Und die sollte man so früh lernen und befolgen, wie es nur geht. Unternehmen können diese für ihre Interessen auf Dauer nicht brechen. Nicht weil sie das nicht könnten, nein, weil der Konsument ein anderes Verhalten verlangt.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03
```

Wir sind Schuld!

Als Dienstleister kommt man oft in die Situation, selbige retten zu müssen. Das ist im Prinzip kein großes Ding. Gefahr erkannt - Gefahr gebannt. Aber bevor es zur Lösung des eigentlichen Problems kommt, gibt es oft diesen hinderlichen, falschen, unproduktiven, dämlichen, peinlichen Vorlauf. Die Schuldfrage muss ganz klar am liebsten und besten uns zuzuordnen sein. Ist das geklärt, haben wir Schuld, dann erst geht es weiter.

Über die Jahre hat dieses Verhalten Nebenwirkungen mit sich gebracht. So eine Art Schuldreflex. Der Berater beginnt oft das Telefongespräch mit den Worten: Wir sind schuld. Obwohl nichts in der Luft lag. Aber präventiv hilft das dem Gegegnüber sich schon mal, sich vorab bestätigt und schuldfrei zu fühlen. Das wirkt sich auf das ganze Gespräch oft sehr positiv aus.

Dieses Schuldfragen und die damit verbundenen Gefühle, sind eigentlich nur lästig. Und nehmen einen viel zu großen Raum ein. Aber wir leben in einem Land, in dem jeder vor allem darauf besteht, im Recht zu sein. Und da geht das nun mal nicht anders. Daran sollte man sich lieber schnell gewöhnen.

Um so schöner sind die Ausnahmen dieser Regel. Schöner, weil alles, einfach alles in der Zusammenarbeit von vornherein auf einem viel besseren Niveau von statten geht. Weil man diese Diskussionen und Vorwürfe einfach gar nicht aufkommen läßt. Es ist ein Arbeitsleben, wie in einer anderen, besseren Welt. Für beide Seiten.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:02
```

Blog Anfänger

Blog:
Es heißt: das Blog.

Das Blog:
Das Blog ist eine Art Online-Tagebuch. Das täglich neue Geschichten auftischen sollte.

Das tägliche Blog:
Die Inhalte sind immer persönliche Ansichten der jeweiligen Autoren. Und sollen dies auch sein.

Die Autoren:
Das Blog lebt von der Qualität der Autoren. Diese sollten einen eigenen Stil haben.

Das Besuchen des Blogs:
Man sollte täglich mal kurz reinschauen, ob man sich für etwas interessiert. Der RSS Feed hilft dabei.

Der RSS Feed:
Überträgt die aktuellen Überschriften auf den eigenen Rechner.

Das Ziel:
Jedes Blog will täglich Gleichgesinnte für sich gewinnen.

Der Kommentar:

Man kann und soll Beiträge kommentieren. Oder E-Mails an die Autoren des Blogs schicken.

Das Bewerten:
Man kann Beiträge nach eigenem Geschmack bewerten. Das hilft den Nachkömmlingen.

Die Aktualisierung:
In der Regel werden morgens um 07.00 Uhr die neuen Artikel eingestellt. Über den Tag gesellt sich oft aber noch das Eine oder Andere hinzu.

Die Inhalte:
Im Großen und Ganzen schauen wir der Marketing- und Kommunikationswelt auf die Finger. Dabei wollen wir aber neue, andere und interessante Blickwinkel auf ein Thema werfen.

Die Beiträge:
Diese sind immer von der Tagesform abhängig. Und werfen in der Regel einen Blick auf die emotionale Verfassung des Autors oder auf das, was ihn gerade beschäftigt.

Der Sinn des Blogs:
Es soll Spaß machen, informieren, neue Blickwinkel ermöglichen, Neukunden und Gleichgesinnte für uns gewinnen.

Die Informationen:
Auf der rechten Seite sind alle Informations- und Navigationsinhalte. Rubriken, Termine, die letzten Kommentare, die beliebtesten Beiträge und Einiges mehr.

Die Hauptebene:
Das sind die Artikel und Bilder auf der linken Seite.

Die Links:
Die Links sind farblich gekennzeichnet. Diese führen zu anderen Seiten und öffnen diese in einem neuen Fenster. Manchmal öffnen sich aber nur die Bilder, die man anklickt in vergrößerter Form.

Das Fazit:
Das Blog ist ein neues Medium, das eine eigene Art der Auseinandersetzung mit sich bringt. Es ist ein schnelles und eher flüchtiges Medium, aus dem sich jeder nur seine persönlichen Rosinen rauspicken sollte.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:02
```

Statements, über die man sich riesig freut

Manchmal fallen Äußerungen von Kunden-, Mitarbeiter-, oder Lieferanten-Seite, die sehr erregend sind. Im Folgenden wollen wir die wirkungsvollsten verewigen:

Kunde:
"Da hätte ich ja auch drauf kommen können!"

Fazit:
Das Problem von einfachen und zugleich genialen Ideen ist, dass diese bei bestimmten Kunden keinerlei Wertempfinden hervorrufen. Deshalb macht man bei diesen lieber komplizierte, unverständliche und aufwendige Lösungen. Dafür gibt es dann auch viel, viel Geld.

In der Welt dieser Kunden gibt es bestimmt auch eines dieser Gemälde von Yves Klein umsonst. Sicher darf man die einfach so von der Wand nehmen.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00
```

Donnerstag, 20. Juli 2006

Hotelgruppe bettet ihr Haupt bei uns

GO GHOTEL GO:

Nach Übernahme der Deutschen Post Wohnen durch die Investoren Gruppe Aurelius brauchte man in Sachen Kommunikation mal eben schnell alles neu: Name, Logo, Webadresse, CI, Internetauftritt, Büro & Geschäftsausstattung, Beschilderung und so weiter. Alles in 2 Wochen. . Dabei fiel die Agenturentscheidung auf uns. Gesagt – getan. Here we go ...

Startanzeige der Imamgekampagne Motiv 1:

Anmerkung der Agentur. Es heißt: "go_tel" Und wird GHOTEL geschrieben. Ganz schlaue und findige Bedenkenträger haben uns nahe gelegt, man könnt es auch als "ge_hotel" verstehen. Gesprochen: "gay-hotel". Danke für den Hinweis. Wir wissen nur noch nicht, was wir damit anfangen sollen. Aber wir denken darüber nach.

So ist das nun mal, wenn man – anstatt das Gute an einer Idee zu entdecken– verzweifelt nach dem Schlechten sucht. Die denken wirklich, sie hätten was gefunden. Dabei heißen Hotels, in denen Homosexuelle gerne nächtigen, doch ganz anders: Bayrischer Hof, Steigenberger, Vier Jahreszeiten, Mandarin, Oriental, Raffel ....

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 21:27

Dinge, die mich erfreuen.

Ich wollte gerade anfangen, darüber zu schreiben, was mir denn derzeit Freude bereitet, weil man die ja so gerne teilt. In Form eines Blog-Eintrages Dinge zusammenfassen, an denen ich mich erfreue, ja, die mein Herz höher schlagen lassen. Stichpunktartig und nicht zu detailliert, auch auf die Gefahr hin, dass unter 100 Menschen vielleicht einer nachvollziehen kann, was ich überhaupt meine. Das ist quasi mein persönliches Hauptproblem was „bloggen“ angeht: ich denke zu viel darüber nach, was andere Leute denken. „Moment“, sage ich zu mir selbst mit erhobenem Zeigefinger, „das ist das Hauptproblem deiner gesamten Person“. Oha, ja, das ist das Problem mit den Problemen, manchmal sind sie schlichtweg allgegenwärtig. Nun, dann muss ich also ein neues Hauptproblem finden: die Wahl fällt schnell auf Aktualität. Wenn ich mir nämlich vornehme, darüber zu schreiben, was mir Freude bereitet, dann heisst das einen Tag lang zu sammeln, ein Datum (möglichst das ebd. Tages) darüber zu klatschen und es dann zu veröffentlichen, allerdings nicht zu früh am Tag, denn so würde man dem Tag die Chance zur vollständigen Entfaltung nehmen, ihn quasi schon abschliessen und wertvolle Stunden verschenken, was man ja schon selbst nicht möchte. Aber selbst wenn man um 0:01 Uhr veröffentlicht, was man so gesammelt hat, ist das ja schon wieder von gestern, wie man so schön sagt. Und so lässt man wieder davon ab, weil, nun, weil man einen Grund gefunden hat. Zögern nennt man das. Zuviel darüber nachdenken und mit sich hadern, sinnieren, ergründen, reflektieren. Oder sich am Ende einfach nicht trauen? Das kann und will man ja auch nicht einräumen. Was nun also? Was könnte schlimmstenfalls passieren, wenn man seine eigene Meinung kund tut?

Man könnte auf andere Meinungen treffen - nicht weiter tragisch.
Man könnte sich blamieren - auch ok, damit kenne ich mich aus.
Man könnte es erneut lesen und sich denken „Heidewitzka, was hab ich denn da vom Stapel gelassen!“ – nun, passiert.

Diese Liste ließe sich mit etwas Ehrgeiz beliebig weiterführen, aber irgendwie fehlt mir die Muse dazu. Listen gibt es genug, und wenn irgendwann der Preis für die tollste/nützlichste/beste/hervorragendste Liste aller Zeiten vergeben wird, ja, dann wäre ich a) froh darüber, wenn es lange nach meinem Ableben stattfinden würde und b) froh, nicht unter den sagen wir mal Top 100 zu sein. Vielleicht auf Platz 101 Erwähnung finden oder so, aber zumindest doch vor den In/Out-Listen der Bild Zeitung beispielsweise, das wäre mir sehr recht. Diese Beklopptenzeitung hat bis heute noch nicht kapiert, dass Dinge, die out sind, auch irgendwann mal in gewesen sein müssen und eigentlich auch vice versa, ansonsten sollte man es einfach eine Top/Flop-Liste nennen, oder „Redakulant-schreibt-fünf-Minuten-vor-Redaktiosschluss-auf-was-ihm-durch-den-Kopf-geht“ (wobei mir unweigerlich das Wort Kugel in den Sinn kommt) oder einfach nur „Dinge, die mich erfreuen“. So wollte ich diesen Eintrag nennen. Und werde es jetzt auch einfach. Weil’s halt so ist, wie es ist. Und weil man auch einfach mal was machen sollte, ohne

vorher darüber nachzudenken. Mal sehen, wie oft ich dazu komme. Und was mich derzeit so freut? Naja, dieser Eintrag zum Beispiel.

```
Geschrieben von  in Spontaneitäten um 11:11
```

Simplify your life

Warum denn immer so kompliziert?

Use the SIMPLETRON!

```
Geschrieben von  in Wilde Thesen um 09:31
```

Schlüsselerlebnis

Du alter Schwede. Aus gutem Grund bist du jetzt auch noch der viertreichste Mann der Welt. Alle wundern sich. Dabei hat der Mann so gut wie alles richtig gemacht. Noch nie habe ich das Gefühl gehabt, als Käufer so respektiert und ernst genommen zu werden. An alles ist gedacht. Und wenn man sich die Warendimensionen vorstellt und das Marktnetz. Mit Recht sollen die anderen sich fragen: Wie hat der das gemacht?

Super beschildert. Standorte perfekt gewählt. Kein Parkplatzschranken-Theater. Parkplätze in Hülle und Fülle. Und alle überdacht. Genügend Platz zum Ein- und Auspacken. Obst- und Gemüse-Stand auf dem Weg. Alles getan für Eltern. Alles für Kinder, bis hin zum Neugeborenen. Ich muss jetzt aufhören. Aber Kundengewinnung fängt bei einer überzeugenden Kundenbindung an.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:05
```

Der Kuchen

Der Kuchen ist nie der Selbe. So verhält es sich auch mit Budgets. Jeder Kuchen, den es aufzuteilen gilt, ist abhängig vom Messer, das ihn aufteilt. 'Gerechtigkeit' schießt den einen durch den Kopf. 'Ein großes Stück' den anderen.

Mir ist aufgefallen, dass die Gößе und Form des Stücks und die Reihenfolge der Verteilung wesentlicher sind als alle wesentlicheren Aspekte. Die Stücke müssen nicht gleich groß sein. Sondern sollen den jeweiligen Appetit nach Erfolg stillen.

Der Kunde würde am liebsten nur den Kuchen zahlen und davon will er ein großes Stück. Ob der Kuchen ihm schmeckt, ist ihm dabei nicht so wichtig. Denn er muss ihn ja nicht verzehren, sondern seine Zielgruppe. Viel muss es sein, groß muss es sein und wenig kosten.

Obwohl eine exzellente Kugel Eis oder ein hervoragender Keks der Zielgruppe vielleicht viel mehr munden würde. Die Parameter der Qualität sind kein bevorzugtes Auswahl-Kriterium. Denn es befriedigt nicht den Wunsch nach Menge und Größe.

Dilemma. Der Kunde investiert 80% in das pure Material. Und mit den übrigen 20% muss alles andere irgendwie bewerkstelligt werden. Würde er aber 50% in die Qualität der Idee investieren und 50% in das Material der Umsetzung, dann würden Werbebotschaften sogar seiner Zielgruppe schmecken. Aber so ist es oft nicht. Am liebsten würde der Kunde nur Mehl kaufen und zahlen. Und wie daraus ein Kuchen wird, das ist ihm egal. Sollen sie Mehl essen. Er muss ja nicht mitessen.

In Wahrheit geht es gar nicht um den berühmten Kuchen, sondern darum, was schmeckt. Aber die Frage wird immer seltener und immer leiser gestellt. Denn dafür ist kein Geld da. Aber für große Kuchen, die niemand will, immer und immer wieder. Schade, dass man falsche und schlechte Werbung nicht recyceln kann und nicht wenigstens den

Konsumschweinen zum Fraß vorwerfen kann. So hätte das schöne verschleuderte Budget wenigstens noch einen Sinn. Aber Botschaften, die niemand runter bekommt, die verschwinden einfach im großen Kommunikationsmüll. Auf Nimmerwiedersehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:04

Wir sind winzig

Wer den Blickwinkel ändert, sieht das Selbe mit anderen Augen. Das hilft. Nicht bei allem. Aber manchmal profitiert man von anderen Sichtweisen. Wie anders anders sein kann, zeigt diese Gegenüberstellung auf beeindruckende und zugleich überzeugende Art und Weise.

Die Erde ist nicht nur keine Scheibe. Und die Sonne dreht sich nur nicht um uns. Und wir sind auch nicht der Mittelpunkt des Universums. Es kommt noch schlimmer. Wir sind winzig.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:02

Mittwoch, 19. Juli 2006

münchener lieblingsorte 21: oktoberfest (aber nur bis 13h)

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:36

zeichen 6

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 14:05

weite welt 26: the georgian hotel, santa monica, usa

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 14:01

weite welt 25: the georgian hotel, santa monica, usa

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 14:00

weite welt 27: santa cruiz, jamaika

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 13:59

weite welt 28: port antonio, jamaika

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 13:58

weite welt 29: casablanca, marokko

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 13:57

weite welt 30: casablanca, marokko

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 13:56

So ist das

Meistens bin ich schon soweit, dass es mir egal ist, was entschieden wird. Nur dass überhaupt entschieden wird. Es macht mich rasend, wenn hin und her überlegt wird. Und noch mal von der Seite. Und noch mal von der anderen. Man stelle sich mal vor, bei der Ausführung eines Freistoßes in einem Fußballspiel würde sich der Schütze so 2-3 Jahre Zeit nehmen. Um den idealen Schuss zu beschließen.

Es würde ein Ausschuss gebildet. Und man würde analysieren und analysieren. Man käme zu Ergebnissen, die man so

aber nicht stehen lassen kann. Weil die Interpretation der Ergebnisse Tendenzen aufweist. Kann man nicht Menschen an wichtige Positionen setzen, die einfach sagen: So ist das?

Und dann machen das erst mal alle. Bis es sich als falsch herausstellt und man korrigieren kann. Oder bis es sich als richtig beweist. Bei aller Nachdenklichkeit und Überlegungen, was ist denn dabei so Beeindruckendes heraus gekommen? Nichts! Ich finde, es wäre mal an der Zeit, der Zeit des Abwägens die Zeit der Entscheidungen folgen zu lassen.

Man stelle sich mal vor, dass Deutschland der Vorreiter bei allem was die Umwelt belastet, ist, sich immer noch nicht zu einem Rauchverbot durchringen kann. Dabei hätte es uns auch diesmal gut zu Gesicht gestanden, wieder die Vorreiter zu sein. Sogar Italien hat es vor uns geschafft, zu sagen: Basta, so ist das!

Tempo 130 auf den Autobahnen. Die ganze Welt hat Tempolimits, nur die Deutschen nicht. Da geht es darum, dabei zu sein. Mitzumachen. Es einfach zu entscheiden. Außer nachts um 03.00 Uhr bis 05.00 Uhr darf man ohnehin nirgends mehr schneller fahren. Die Deutschen schaffen es, dass auf allen Autobahnen Tempolimits aufgestellt werden und keiner merkt es.

Populäre Entscheidungen kann jeder Depp treffen. Cool ist man, wenn die man das Unpopuläre ebenso klar, schnell und konsequent entscheidet. Das Rumrudern, vor und zurück, macht mich ganz irre.

Ich wünsche mir eine entschiedenere Demokratie. Wenn einer verantwortlich ist, dann soll er es auch durchziehen. Wovor haben wir Angst? In diesem Land kann keiner was Wesentliches bewegen, ohne das ohnehin alle im Wege stehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03

Die Kleinheit

Nie stand mir der Sinn danach, zur Mehrheit zu gehören oder absichtlich zur Minderheit. Aber rückblickend finde ich es schon cool, die coolen Sachen getan zu haben. Das Andere für mich entdeckt zu haben. Ich habe nie lange oder intensiv in der Masse gewühlt, um für mich etwas Besonderes daran zu finden. Ich habe immer nach dem Ausschau gehalten, was nach mir Ausschau gehalten hat.

So war es mit dem Jazz. Und als Jugendlicher Jazz zu hören, ist nicht einfach. So war es mit dem Skateboard, mit dem Windsurfen. Mit dem Schreiben war es auch so. Sogar mit meinen Freunden und meiner Frau war und ist es so. All das, was mich durch mein Leben begleitet, hat mich nicht angestarrt oder ich es. Sondern wir haben in die selbe Richtung geblickt.

Bei einem Skateboard ist das schwer zu beschreiben und noch schwerer nachzuvollziehen. Noch heute blicke ich mehr zwischen die Zeilen als darauf. Hinter die Kulissen. In die Details. Und ab und zu treffen wir aufeinander. Wir kleinen. Wir müssen doch zusammenhalten. Das "für mich" habe ich noch nie in der Masse entdeckt. Das, mit dem ich mich verbunden fühle. Wofür ich mich gerne verantwortlich zeige.

Den wirklichen großen Dinge in meinem Leben bin ich in der Kleinheit begegnet. Deshalb mag ich auch weniger große Hotels, Restaurant und dergleichen. Sogar in Großmärkten fühle ich mich nicht wohl. Kleiner, übersichtlicher, persönlicher und näher ist für mich wesentlich großartiger.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Wunderbare Welt der Logos (8)

Be like Mike. 23. Air. Michael Air Jordan. Jordan. Chicago Bulls. Power Forwards. Selten gibt es eine solche Übereinstimmung von Persönlichklichkeit, sportlicher Leistung, Erfolg und absolutem Ausnahmetalent, das seine Fähigkeiten maximal nutzt. Dieses hat aus der Marke Nike das gemacht, was sie war und zum Teil heute noch ist. Als Jordan seinen Rücktritt vom Rücktritt bekannt gab und noch einmal in die NBA zurück kam, stiegen die Börsenkurse von den Unternehmen, für die er Werbung machte, um insgesamt 3 Mrd. US Dollar. Seine Qualitäten haben alle

bekannten Rahmen gesprengt. Er ist zum Synonym für eine Generation geworden und nicht ohne Grund ist die Rückennummer 23 auch in anderen Sportarten sehr begehrt.

Er war alles in Einem. Und zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Manchmal kommt alles zusammen. In diesem Fall ist dieses unvergessliche Logo daraus entstanden. Für das Kids in den Ghettos bereit waren, zu töten. Es war viel begehrter als die Marke dahinter.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:01

Die Kopierer

Mit der Erfindung des Kopierers scheint die Kopie begehrenswerter als das Original geworden zu sein. "So wie" ist eine häufig ausgesprochene Formulierung. Alles schaut und wartet ab, bis irgendwo etwas Neues erfolgreich seinen Weg macht, um es dann umgehend in alle erdenklichen Varianten zu kopieren. Das ist ein weing so, als ob man im Zoo einen Hering ins Pinguinbecken wirft. Tumultartig stürzen sich alle darauf.

Das Original wird ausgeschlachtet. Und so lange verändert und variiert, bis es mit dem eigentlichen Kundennutzen nichts mehr zu tun hat. Aber auch alles andere wird lieber kopiert, als sich selbst Gedanken zu machen. Ragt irgendwo ein erfolgreiches Geschäftsmodell aus dem Markt, versuchen viele, die Erfolgsfaktoren zu kopieren, um somit entsprechenden Erfolg für sich zu verbuchen.

Kopieren ist eine akzeptierte Form unserer Wirtschaftskultur geworden. Die Politik hingegen weigert sich bis dato, erfolgreich umgesetzte Konzepte aus dem Ausland zu kopieren.

Was ist schlecht – was ist gut daran? Für das Original ist es eigentlich eine große Ehre, kopiert zu werden. Denn je häufiger um so begehrenswerter. Es gibt eigentlich fast keine größere Außzeichnung als das Plagiat. Obwohl viele Unternehmen dagegen mit allen Mitteln vorgehen, wird ihr eigentlicher Marktwert vor allem dadurch bestimmt, dass sie kopiert werden.

Wären die Bazare und Märkte im Ausland nicht voller Prada-Taschen, würde sich keiner dafür interessieren. Deshalb ist der oft deklarierte Schaden eigentlich gar keiner. Sondern die wertvollste Marketinginvestition, ohne dass man diese selbst finanzieren muss.

Die Kopie ist somit der Respekt vor dem Original. Und der Wert des Originals wird dadurch zusätzlich erhöht. Und alle, die sich das nicht leisten können oder wollen, die laufen wissentlich mit etwas herum, das so ist wie. Was zusätzlich Werbung in der Öffentlichkeit macht.

Somit ist die Kopie ein wichtiges Zeichen. Dass man alles richtig gemacht hat. Würden die Unternehmen Produkte machen, die wesentlich weniger begehrt sind, könnten sie auch nicht die Preise nehmen und nicht die Mengen verkaufen.

Jede falsche Rolex am Arm ist ein Träger der Markenbotschaft. Die der Träger (der Uhr) zur Schau stellt. Bessere Werbung als die am Konsumenten gibt es nicht. Es ist die teuerste und wertvollste. Danach sehnen sich viele Unternehmen, so oft kopiert zu werden.

Also, alles nur Heuchelei? Entweder das, oder einfach Eitelkeit. Auf deutsch heißt es ja auch: Affen machen alles nach. Obwohl jeder weiß, Erfinden ist Silber, Kupfern ist Gold. Trotzdem benötigt es natürlich immer das Original. Denn wo kein Original, da keine Kopie. Aber diese begleitet eine sehr wertvolle Koexistenz.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Dienstag, 18. Juli 2006

Pradigmenwechsel: Du bist Pollock

Viel Spaß. Maus bewegen ist malen. Maus drücken ist Farbwechsel. Space Taste neues Bild. Über das Menue Ablage auf "Drucken" gehen und als PDF speichern. Ausschneiden - fertig. So kann es dann aussehen.

Hier gefunden. Wo sonst.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 21:57

münchener lieblingsorte 20: herz jesu kirche

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 11:15

Danke Sebastian

Ohne Sebastian wäre dieser Blog nicht möglich gewesen. Wir hätten diese Idee immer weiter vor uns her geschoben. Aber Sebastian hat es einfach gemacht. Und plötzlich war er da. Er und mit ihm das Blog. Und ich will an dieser Stelle mal Danke sagen. Macht man ohnehin viel zu wenig.
Denn dieses Blog hat alle Erwartungen übertroffen, die wir hatten. Er macht so viel Spaß und gibt eine solch schöne Resonanz, dass wir ganz süchtig danach geworden sind. Somit weht dank Sebastian ein ganz neuer Wind durch unsere Köpfe, unsere Agentur bis hinüber zu unseren Kunden.

Wir sind alle ganz angetan. Deshalb gebührt dir, Sebastian, unser Dank. Mach weiter so. Warte nicht, bis es los geht oder los gehen soll, sondern mach es einfach. Davon gibt es ohnehin viel zu wenig. Wir freuen uns auf weitere Impulse aus deiner Richtung. Das hier ist dein erstes Ding, das du richtig und gut gemacht hast.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:17

Ein Ding

Als man Mutter Theresa einmal gefragt hat, welches Wort am meisten für sie die christliche Relegion wiederspiegelt, antwortet sie: Geben. Ein Wort. Wenn man Herrn Klinsmann das zum Thema Fußball fragen würde, müsste man damit rechnen, dass er: Spaß, antwortet.

Somit kann man alles auf seinen Kernnutzen, Primärnutzen reduzieren. Das ist manchmal gar nicht schlecht. Sogar nötig. Wird aber nicht gern gemacht. Die meisten wollen sogar verhindern, dass man dies macht. Das bringt die Menschen nur auf falsche Gedanken. Geben und Spaß sind so verhängnissvolle Beispiele. Als ob das Leben so einfach wäre.

Bei allen wichtigen Aspekten des Lebens haben wir uns schon so weit vom Grundnutzen entfernt, dass man ihn kaum noch erkennen kann. Bis gar nicht. Wen interessiert das auch noch?

Somit dreht sich alles immer um ein Ding. Immer. Man muss nur alles andere weg lassen können. Und sich auf das eine Ding konzentrieren. Dann erfüllt man immer den Kernnutzen. Was sich wiederum positiv auf die Lebens- und Arbeitsqualität auswirkt. Alles andere ist nebensächlich und unwichtig. Nur Details in einem Meer von Details.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:16

Human Marketing – Stiftungen

Unternehmen kommen mal wieder zeitlich versetzt dahinter, dass man nicht nur nehmen, sondern auch (zurück) geben kann. Wie ein Artikel in der ZEIT Nr. 29 vom 13. Juli Seite 17 und 18 ausführlich beschreibt. Diese Entwicklung sehe ich als einen weiteren Schritt auf dem Weg zum Human Marketing an. Wenn man mit Mitteln der Kommuniktion nicht mehr zu Zielgruppen vordringen kann, weil die Medien-, Werbemittel- und Maßnahmenlandschaft dies nicht mehr zulässt, müssen neue Wege zu den alten Zielen führen.

Und mit dem Mittel der Stiftungen können Unternehmen nachhaltig ihre Positionierung kommunizieren. Deshalb stehen vor allem Kulturstiftungen hoch im Kurs. Weil man hier den Markenansprüchen em ehesten gerecht wird. Eine Stiftung gegen Fusspilz wäre zwar ebenso sinnvoll, aber die Transferleistung ist dann doch nicht so wünschenswert.

Unternehmen werden sich also zunehmend ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Nicht, weil sie das schlechte Gewissen treibt, sondern weil sie spüren, dass sie ihre Zielgruppen nicht mehr auf alten Wegen erreichen. Wenn es hilft! Besser diesen Weg, als Milliardenbudgets in der Medienlandschaft versenken.

Und das Interessante daran ist, wie die Medienlandschaft in ein paar Jahren versuchen will, diese Kunden qualitativ für sich zurück zu gewinnen. Unmöglich ist das nicht. Die Geschichte zeigt, dass auch eine Hure wie Maria Magdalena zur Heiligen werden kann. Oder wie die Werbung sagen würde: Nichts ist unmöglich. Und ich erwidern würde: Aber nicht erstrebenswert.

Ich kann diesen Artikel natürlich nicht schreiben, ohne einen ehrenwerten, gern und ernst gemeinten Hinweis auf diese Stiftung: Stiftung Scuplture Network. Denn diese wird sehr engagiert von einem Mann betrieben, der vielen Entwicklungen immer mehrere Schritte voraus war und ist. Und wie ich ihn kenne, wird das auch so bleiben. Der Mann und Chairman ist einfach zu interessiert.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:15

Favorite Art – Andy Warhol

Andy Warhol hat mich irritiert. Ähnlich wie Roy Lichtenstein. Dass etwas so populäres den Anspruch von Kunst erfüllen kann. Es war ein Widerspruch in meiner Kunsterziehung. Da stand die Qualität, vor allem die Handwerkliche und eine moralische Instanz im Vordergrund. Kunst stand immer über den Dingen. Es ging nicht die Treppen der Popularität herunter. Das Trivial in den Stand der Kunst zu erheben, hat mich sehr erleichtert und befreit. Weil damit feststand, dass jede Zeit seine Kunst hat(te). Sogar die meiner Generation. Und diese ist nicht weniger Wert als die Kunst der Generationen davor. Ob die das wollen oder nicht. Das machte mich stolz. Somit erschien mir jedes Beatles Poster wie ein Vorbote einer Kunst, die außer mir noch keiner erkannt hatte.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:13

Montag, 17. Juli 2006

Blog Beteiligungsgesellschaft

Autoren.

Autoren können Texte verfassen. Die Zulassung von Autoren ist reglementiert durch den Blog-Verantwortlichen. Damit das Blog das ist, was es sein soll. Die Pflege des Blogs betrifft auch die Pflege der Autoren. Da in der Regel viele Personen anonym sind oder bleiben wollen, ist es wichtig, dass ein Autor sich bereit erklärt, diese Anonymität zu überschreiten.

Autor werden.

Wer sich als Gleichgesinnter fühlt und mit seinen Ideen, Einfällen und Artikeln diesen Blog bereichern und ergänzen will, der muss sich einfach nur bei Christof Hintze oder Torsten Matthes melden. So kann ein Zugang als Autor leicht und schnell ermöglicht werden.

Autoren, die rausfliegen.

Ist man Autor, muss man sich trotzdem an Regeln halten. Im Sinn des Blogs. So sind bestimmte Themen tabu. Auch der Umgang mit Kommentatoren wird beobachtet. Wer sich als Autor daneben benimmt, fliegt raus.

Kommentare.

Kommentare kann fast jeder verfassen. Am Ende eines jeden Artikels gibt es einen Link zu den Kommentaren. Aber auch hier ist nicht alles erlaubt. So können Autoren einen Kommentar löschen. Was nach Beschränkung der Meinungfreiheit aussieht, ist aber alles andere als das. Nur, was destruktiv und dumm ist, fliegt zur Pflege der erwünschten Blog-Kultur raus. Hier kann zwar jeder versuchen, zu Wort zu kommen, aber wenn es den Blog-Frieden stört, fliegt der Kommentar raus.

Rechtliche Grundlagen.

Alle Veröffentlichungen unterliegen dem Urheberrecht. Sollte man irgendein Urheberrecht nutzen oder benutzen, muss man sicher gehen, dass dies in der veröffentlichten Form rechtlich einwandfrei ist. Verstöße haben leider auch im Internet rechtliche Folgen. Und das ist gut so. Die Idee muss auch im Internet heilig bleiben. Deshalb immer Quellennachweis, Herkunft und urheberrechtliche Hinweise und Verweise angeben. Keine unautorisierten Volltext-Zitate. Keine unautorisierten Foto- oder Bildveröffentlichungen. Wer als Autor oder in einem Kommentar gegen diese Regel verstößt, ist für diese Verstöße persönlich verantwortlich.

Die Länge und Kürze von Beiträgen.

Uns ist das völlig egal. Die Artikel sind so lang sie sind. Oder so kurz wie sie sind. Natürlich würden Blogexperten darauf hinweisen, dass kürzere Artikel mehr gelesen werden, aber da wir keine numerischen Ziele mit diesem Blog verfolgen, sondern auch emotionale, kann jeder Artikel so lang sein wie er sein muss.

Die Häufigkeit der Veränderung.

Eigentlich sollte man jeden Tag kurz in den Blog schauen. Um zu sehen, ob etwas Neues dabei ist. Da eigentlich auch täglich neue Artikel erscheinen. Erfahrungsgemäß mit Ausnahme am Wochenende und an Feiertagen.

Applaus im Blog.

Positive Kommentare sind der Applaus für den Autor im Blog. Deshalb, wer will, sollte sich mit Applaus auf dem Kommentarweg nicht zurück halten. Wem nicht danach ist, der sollte sich entsprechend seiner geteilten oder anderen

Meinung verhalten.

Bookmark & RSS Feed.

Beides lohnt sich und wäre schön. Denn wenn alle regelmäßig reinschauen, dann blüht das Blog in der Regel auf. Zudem informiert euch der RSS Feed, wenn etwas Neues im Blog veröffentlicht wird.

Spam-Schutz

Leider sind auch Blogs vor Idioten nicht sicher. Deshalb haben wir für alle Artikel und Kommentare einen Spam-Schutz eingerichtet. Wenn der auch manchmal hinderlich ist, so erfüllt er voll und ganz seinen Zweck. Denn wenn die Spam-Maschinen einen mal gefunden hat, dann Prost Mahlzeit. Damit das nicht passiert, haben wir alles dicht gemacht.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 20:59

münchener lieblingsorte 19: pinakothek der moderne

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:25

münchener lieblingsorte 18: isarauen

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:13

münchener lieblingsorte 17: gabriele münter haus in murnau

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:02

münchener lieblingsorte 16: asam kirche

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 16:59

münchener lieblingsorte 15: bogenhausener friedhof

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 16:58

münchener lieblingsorte 14: botanischer garten

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 16:49

münchener lieblingsorte 13: sommergewitter

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 15:32

Ein sensationelles Vorbild für gute Kommunikation: Das Croissant

Das ist ein Croissant. Und weil das eins ist, ist das in dieser Flagge. Und weil das in dieser Flagge ist, haben sich die Bewohner von dieser Stadt vor der feindlichen Übernahme durch diese Jungs gerettet. In dem sie das anstatt dem morgens aus diesen Läden allen Bürgern verkauft haben. Und die haben das Zeichen sofort verstanden. Und haben die Jungs aus der Stadt getrieben, bevor die zuschlagen konnten. Die Taktik von den Jungs war nämlich, die Stadt unauffällig besetzen, durch verkleidete Händler und so weiter, und dann dem Statthalter klar machen, übergib uns die Stadt kampflos, sonst ist hier die Hölle los. Hat immer geklappt, bis hier.

Also, das Croissant ist eine überragende und wirkungsvolle Kommunikationsidee. Jetzt fragt sich der eine oder andere, aber standen da Informationen auf dem Croissant. Steckten da Zettel drin. Oder haben die hinter der Theke jedem erst einen 30-minütigen PowerPoint-Vortrag gehalten? Die Antwort ist nein. Hat da jemand das vorher mal getestet? Es ging um ja um eine Menge. Gab es Erfahrungen aus anderen Ländern mit ähnlichen Aufgabenstellungen? Die Antwort lautet: Nein. Und wer hat das bezahlt? Wieviel Budget hatten die? Gab es ein schriftliches Briefing? Hat der Controller aufgepasst, dass jeder nur eins bekam? Was hat man mit denen gemacht, die eine Allergie gegen Weizenmehl haben? Die verschlafen haben? Die morgens gar nichts runter kriegen? Und was hat überhaupt das Gesundheitsamt dazu gesagt? Gab es eine CI-Vorlage?

Meine Antwort auf alles lautet: Einer guten Idee kommt man nicht mit blöden Fragen.

Und noch eine große Leistung ist mit dem Croissant verbunden, alle glauben die hätten es erfunden. Dabei stimmt das gar nicht. Auch eine Leistung.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:04

Die Halbwertzeit von Träumen

Was war das noch?

Es war einmal, vor langer, langer Zeit. Da entstand der Neid. Eva hat auf einen Blick bemerkt, dass sie auf ein Teil von Adam besonders abfährt. Die Geschichte würde zu lang, deshalb ist jetzt schon das Ende dran.

Kindliche Traumata können aus vielen Ereignissen und Begebenheiten entstehen. Ich bin selbst nicht Psycholge oder Psychiater genug, um hier ernsthaft etwas beisteuern zu können. Deshalb versuche ich es auf die Lustige. Zwei Dinge haben nachhaltig meine Kindheit beeinflusst. Die fehlende Carrera-Bahn. Und dass ich nie Besitzer des Rondells war. Der Lokgarage.

Der Wunsch, dass diese beiden Träume durch meine Eltern in Erfüllung gehen, war so groß, dass ich mich noch heute daran erinnern kann. Also ob es heute wär. Aber es war und blieb ein Albtraum meiner Kindheit. Und Träume kommen und gehen. Als ich finanziell selbst in der Lage gewesen wäre, mir diese beiden Träume locker zu erfüllen, waren sie längst nicht mehr da. Neue folgten. Viele. Unerfüllt und erfüllt.

Seltsam. Dabei war die empfundene kindliche Demütigung nicht gerade klein. Alle hatten eine Carrera-Bahn. Nur ich nicht. Aber niemand hatte das Rondell. Die Scheibe. Die Lokgagarge. Mit diesem taktischen Kauf hätte ich sie alle in den Schatten gestellt. Für immer. Was für ein genailer taktischer Zug. Denn mit der Carrera-Bahn hätte ich höchstens den Ausgleich geschafft. Aber wer will das. Vorne will man sein. Und diese Finte hätte alles andere überstrahlt.

Eine Gesetzmäßigkeit, die mir auch heute in der Ausübung meiner Tätigkeit sehr hilfreich ist. Wenn alle das Selbe haben und auf das Selbe abhfahren. Dann darf man in Sachen Kommunikation gerade das nicht tun, wenn man schon Nachzügler ist. Sondern sich die Aufmerksamkeit auf einem ganz anderen Gebiet sichern. Affen machen alles nach. So hieß es schon damals.

Mein Neid war so groß, dass ich glaube, dass ich es deshalb nicht über 175 cm Körpergröße geschafft habe. Wie oft habe ich mir die Nase an Märklin-Schaufenstern platt gedrückt. Der Märklin-Katalog war mein Heiligtum. In Gedanken bin ich Stunden in die Garagen rein und raus gefahren. Habe die Drehscheibe hin und her gedreht. In meinem Traum, hatte ich den Lokkreisel. Aber nie in Wirklichkeit. Unvorstellbar, dass ich mit diesem Traum heute nichts mehr anfangen kann. Dabei war er doch so wichtig.

Was sagt mir das? Sollte mal wieder ein Heißhunger, also ein Bedürfniss die Neidgrenze überschreiten, dann wart ich mal ab, in welche Richtung der Traum sich entwickelt. Überhitzung oder Abkühlung. Manchmal leichter gesagt, als getan. Wenn ich zum Beispiel nur an Mac denke, bekomme ich schon feuchte Gedanken.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:03

Lieblingskunden (1)

Meine Lieblingskunden sind genau diejenigen, die mir nahe sind. Nah in allen wesentlichen menschlichen Aspekten, die dazu führen, dass ich mich gerne und voll verantwortlich fühle. Ohne mich daran erinnern zu müssen, eigentlich verantwortlich zu sein. Wollen statt müssen.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:01

Horrorkunde (1)

Mein Horrorkunde zeichnet sich dadurch aus, dass er mir ständig ein schlechtes Gewissen macht. Ein Kunde, der nur negative Schwingungen und Schuldgefühle in mir hervorruft, mit dem werde ich nie etwas durchweg positives ereichen. Gutes statt schlechtes Gewissen.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:00

Sonntag, 16. Juli 2006

münchener lieblingsorte 12: schlosspark nymphenburg

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 02:05

münchener lieblingsorte 11: eisbach im englischen garten

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 02:04

Samstag, 15. Juli 2006

Spike Lee

1977: Last Hustle in Brooklyn. 1982: Joe's Bed-Stuy barbershop: we cut heads. 1986: She's Gotta Have It. 1988: School Daze - mit Laurence Fishburne. 1988: Do the Right Thing – mit John Turturro. 1990: Mo' Better Blues – mit John Turturro. 1991: Jungle Fever – mit John Turturro, Wesley Snipes, Samuel L. Jackson und Halle Berry. 1992: Malcolm X - mit Denzel Washington. 1994: Crooklyn. 1995: Clockers - mit John Turturro, Harvey Keitel. 1996: Get on the Bus. 1995: Lumière & Compagnie – Regie einer Episode. 1996: Girl 6 - mit John Turturro. 1997: Vier kleine Mädchen (4 Little Girls). 1998: He Got Game - mit Denzel Washington, Ray Allen und John Turturro. 1999: Summer of Sam - mit Adrien Brody. 2000: It's Showtime (Bamboozled) - mit Damon Wayans. 2002: 25 Stunden (25th hour) - mit Edward Norton. 2002: Ten Minutes Older - The Trumpet - Regie der 6. Episode. 2004: She hate me. 2005: Alle Kinder dieser Welt (All the invisible children) –Regie der 3. Episod. 2006: Inside Man - mit Denzel Washington

Ein Lebenswerk, das noch immer in vollem Gange ist. Von dem man mal Rückblickend sagen wird: was Woody Allen für die jüdische Relegionsgemeinschaft war, ist Spike Lee für die Afroamerikaner. Er hat dem afroamerikanischen Volk innerhalb der USA, ein neues Gesicht gegeben. Sein wirkliches. Mit einer einfachen Idee. Er macht Filme, in denen die Rollen, die eigentlich Weiße spielen, von Schwarzen besetzt sind. Und er macht Filme, in denen die Hauptcharaktere unmöglich weiße Amerikaner sein können. Er macht Schwarz einfach selbstverständlich.

Spike Lee gehört zu der Hand voll Amerikanern, denen ich sofort Asyl gewähren würde, wenn es mal hart auf hart kommt. Er hat mein Bild von Gemeinschaft stark geprägt. In dem er deren Stärken gezeigt hat. Immer und immer wieder. Mo better blues steht in meiner Hall of fame. Ganz weit vorne. Nebenbei bemerkt, wenn man Spike Lee und Woody Allen kreuzen würde, käme dabei Sammy Davis Jr. raus. Der war Schwarz und Jude (und noch vieles mehr).

Nebenbei betreibt Spike auch noch eine Werbeagentur in New York: Spike/DDB Dass ich diesen Link mal einfügen würde, hätte ich mir nie erträumt.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 10:09

Freitag, 14. Juli 2006

Wo viele gerne klauen gehen

Hier entlang.

Inspiration kann man sich auf viele Arten besorgen. Eine davon ist das Abgucken. Auf dieser Internetseite kann man sich ansehen, was geht und was nicht. Sie ist kreativ, eine der besten überhaupt. Denn meist ist es Kunst, was man zu sehen bekommt. Kunst, die man werblich alltagstauglich machen kann.

Alle 3 Monate schaue ich selbst mal rein, um mich begeistern zu lassen. Und um eine Menge Ideen, Ansätze oder Umsetzungen in meinen Ideenspeicher abzulegen. Um sie dann gegebenenfalls irgendwann rauszuholen. Alles zu seiner Zeit.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:06

Auftanken

Wenn wir entspannen oder in den Urlaub fahren. Dann tanken wir auf. Da alle Wahrheiten in alten Sprichwörtern von Muttern stecken, ist da mehr dran, als man gemeinhin annimmt. Etwas ist verbraucht. Und soll aufgetankt werden. Essen und trinken tun wir auch im Stress und unter Druck. Also kann es das nicht sein. Es geht um etwas, das wir uns nicht vorstellen können oder wollen. Energie. Was wir nicht anfassen können, das gibt es nicht. Wie die atomare Gefahr nach Tschernobyl. Hätte es rot auf uns herunter geregnet und hätten wir blaue Pusteln bekommen, dann wäre das Problem gelöst gewesen. Aber es lag etwas in der Luft, und diesmal war es nicht nur der Kaffeeduft.

Energie entweicht und soll aufgetankt werden. Zumeist am Meer oder in den Bergen. Auf jeden Fall empfinden wir die unmittelbare Nähe zur Natur mehr als auftanken als eine Städtereise. Wir bekommen aus der Natur die verlorene Energie zurück. Wir schauen aufs Meer. Und schon tanken wir auf. Wir blicken über Berge und Täler und schon tanken wir auf.

Folglich scheint die Natur eine grandiose Tankstelle für verbrauchte Energie zu sein. Warum sonst tanken wir genau an diesen Stellen am schnellsten, am liebsten und am meisten auf? Wasser spielt dabei eine zentrale Rolle. Vor allem Wasser in Bewegung.

Was ist das für eine Energie? Und wie kommt diese in unseren Körper? Wie findet der Austauch statt? Kann man das nicht nutzen? Menschen in Städten, Menschen im Büro scheinen diese Energie mehr zu benötigen als andere. Weil alles Energie kostet und nur wenig Energie spendet. Was bedeutet das für die Bildsprache in der Werbung? Gibt es Energiebilder, vor denen Menschen gerne stehen bleiben und diese in sich aufsaugen? Die Simulation ist glaube ich nicht möglich. Denn dem Plakat entspringt nun mal nicht diese Energie, weil keine durch dieses fließt.

Auch Fernsehen kostet Energie und bringt keine. Das merkt man schon allein daran, dass man vor dem Fernseher vorzüglich einschlafen kann. Vor einem Sonnenuntergang ist das unmöglich. In der Natur ist man früher wach.

Menschen und Energie, das scheint ein Thema zu sein. Denn alle bemühen sich darum. In vielen Formen. Aber nichts scheint so gut zu funktionieren, wie das Liegen auf einer grünen Wiese. Das Starren an den Horizont. Das Verfolgen von Schiffen ...

In der Ruhe liegt diese Kraft. Interessant, wenn man bedenkt, wie laut alles ist und sein muss.

comer see

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:04

Zeichen der Zeit

Die Marke in ihrem Lebensmittelpunkt halten. Shell ist 106 Jahre alt, und dabei hat die Marke keine Falten bekommen und ist immer gleich alt oder jung geblieben. Zudem in ihrer Zeit verankert. Das gelingt nicht vielen. Etwas Gutes und Beständiges in der Wahrnehmung immer gut und beständig zu halten, auch wenn die Zeichen sich ändern. Der Konsument bekommt davon oft nichts mit. Markenpflege ist, wenn sie gut gemacht ist, bei weitem ansehnlicher als viele nach einer gewissen Häufung von Schönheitsoperationen.

Somit liegt die Kunst der Marke darin, sie immer zeitgemäß im Lebensmittelpunkt zu halten. Wenn Emporkömmlinge sich anstellen müssen, und Wettbewerber sich als überaltert aus dem Markt zurückziehen, steht die gute Marke immer besser da und vor allem erfolgreicher.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:03

Ich bin drüber weg

Wer das behauptet, steckt im deep shit.

Ähnlichkeit mit bekannten Personen oder Vorfällen sind rein zufällig. Alle Personen und Vorfälle sind frei erfunden. Nehmen wir also mal hypothetisch an, es gäbe mehrere Personen männlicher Bauart. Über die letzten sagen wir mal 10 Jahre. Die alle das selbe Schicksal ereilt hat. Sie haben sich von etwas sehr Geliebtem getrennt. Nein, sagen wir: trennen müssen. Aus welchen Gründen auch immer. Die man hier nicht breit treten muss. Was mir bei allen diesen Personen auffiel, ist der Satz: Ich bin drüber weg.

Man hört diesen am Anfang sehr häufig. Also in einer sehr hohen Dichte. Die Wiederholrate ist so auffällig hoch, dass ich manchmal denke: Hängt die Platte? Die Betonung am Anfang klingt auch noch so, als ob man total satt ist und der Kellner einem noch eine Tiramisu anbietet. Die man dankend ablehnt. Mit diesem seufzenden, da geht nichts mehr.

Noch auffälliger als die Beteuerung "ich bin drüber weg" sind die noch auffälligeren Erkärungen, warum. Auch diese hier auszuführen, würde den Rahmen in alle Himmelsrichtungen sprengen. Aber soviel sei verraten: Die haben alle nichts mit der Beteuerung zu tun. Und sind bei genauem Hinhören genau die Gründe, die wie ein tiefer Stachel im eigenen Ego genau das darstellen, was dazu veranlasst, dass der- bzw. diejenigen alles andere als darüber hinweg sind. Sondern dass genau das Gegenteil der Fall ist.

Er steckt ganz tief im deep shit.

Was das mit Marketing zu tun hat, könnte sich der eine oder andere jetzt fragen. Viel. Sehr viel. Denn da wollen mir welche eine Botschaft verkaufen, obwohl sie das völlige Gegenteil meinen. Da wollen mich welche was glauben machen, obwohl die gesamte Körpersprache genau das Gegenteil dokumentiert. Da wollen mir welche was weismachen, obwohl man den Braten riecht. Lass man stecken.

Somit kommen ich auf meine geliebte und bewährte Formel zurück. Es ist egal, was du sagst, sondern es kommt darauf an, was der andere versteht. Und nur weil man was sagt, so laut und so oft man will, kann es sein, dass alle den Braten riechen und gemeinerweise etwas anderes verstehen. Pech gehabt. Das Blöde ist nur, dass man einem in seinem Schmerz nicht so offen in die Parade fährt. Sondern so etwas äußert wie: Mensch das ist ja toll!.

Also, merkt der Absender leider nicht, dass der Empfänger eigentlich denkt: Willst du mich verarschen? Warum soll man das auch sagen? Bringt doch nichts. Also, merke: Nur weil man etwas sagt, heißt das noch lange nicht, dass dies auch jemand glaubt. Auch wenn keiner was dazu sagt. Oder alle nicken. Glaube nicht, dass die das geglaubt haben. Sondern geh mal getrost davon aus, wenn du Mist kommunizierst, dann denken da draußen viele: Was für ein Mist. Damit muss man rechnen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Donnerstag, 13. Juli 2006

Klinsi Nachruf? – Mit mir nicht!

Ich habe ihn verteufelt. Mit der Abwehr! Spiel für Spiel für Vorbereitungsspiel, habe ich fest geglaubt: Mit dem geht das voll in die Hose. 2 Tore von den Japanern. 3 von den Australiern und so weiter. 42 Jahre Fußballerfahrung sagten mir todsicher: Das wird nichts. Und beim USA-Spiel habe ich gehofft, dass es daneben geht, damit vor dem D-day noch Rettung an Bord geholt werden kann.

Nicht nur ich habe so gedacht. 2 Jahre harsche Kritik. 2 Jahre Beleidigungen. 2 Jahre keine Rückendeckung. 2 Jahre auf sich gestellt. Den Medien als Fressen vorgeworfen. Die Bildzeitung soll die Verleumdungskampagne schon in der Schublade haben: Klinsi schwul? Beckenbauer, Hoeness, Netzer – der gesamte Fußballsachverstand, auf den wir uns immer verlassen haben, war sich sicher: Das wird nix!

Alle dachten so. Außer einem. Klinsi. In der Zeit ist sein Vater gestorben. Auch das wurde ihm zum Verhängnis. Entschuldigung. Ich kann nur Entschuldigung sagen. Aber zugleich auch: Dankeschön – und: Du kannst gehen. Ich habe verstanden. Wir haben verstanden. Und das nächste Mal, wenn jemand etwas zum guten wenden will, werden wir uns vorher überlegen, wie wir mit ihm umgehen, bis zu dem Zeitpunkt, an dem sein Konzept Früchte trägt.

Die Angst war mal wieder größer. Nicht der Mut. Und dabei geht es "nur um ein Spiel". Ein Spiel.

Sehr geehrter Herr Klinsmann,

Ihre Errungschaften sind viel größer als Sie glauben. Deshalb haben Sie Recht, dass Sie gehen. Denn jetzt haben Sie etwas bewirkt, das anhält, wenn Sie die Segel streichen. Geraten Sie aber wieder in die Mühlen der Bedenkenträger, dann verblasst auch Ihr Stern.

Diese 2 Jahre erinnern mich rückblickend an das Hollandspiel. Das Hollandspiel. Ich war da. Und als Rudi raus musste, hätte ihnen die Leistung, die sie dann abgerufen haben, niemand zugetraut. Man hat Sie mal wieder unterschätzt. Obwohl Sie immer ihre Leistung gebracht haben. Die Scheiße können jetzt andere machen. Und Sie gehen am Strand spazieren, wenn der nächste Trainer nach einem Qualispiel wieder in der Luft zerrissen wird. Recht haben Sie.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 13:07

Hingabe

Immer wieder, aber sehr selten trifft man auf Menschen, die einer Sache in völliger Hingabe verfallen sind. Zeit, Raum – nichts nehmen die mehr wahr. Wenn sie sich ihrem Thema zuwenden, wenn sie ihrem Thema verfallen. Maximale Konzentration. Alles andere ausgeblendet. Optimale Reduzierung. Nur das Nötigste. Bei Hingabe kommt immer etwas Außergewöhnliches heraus. Manchmal nicht für alle sichtbar. Aber für denjenigen selbst und für Gleichgesinnte. Es ist schön, wenn man überwältigt wird von jemandem, der sich einer Sache mit Hingabe widmet. Es ist dabei völlig egal, was er macht. Die sichtbare, spürbare und erlebbare Leidenschaft, mit der er seinem Sinnen Nachdruck verleiht, ist bewundernswert.

Menschen, die sich so hingeben können, bewundere ich zutiefst. Weil die nie alleine sind. Nie einsam. Nie ohne Ideen, Phantasien, Vorstellungen und Wünsche. Wer sich einem Thema so widmet und damit so übereinstimmt. Der ist nie allein. Mehr davon. Viel mehr davon, wünsche ich mir. Weniger Malen nach Zahlen und Leben light, sondern Menschen, die einen faszinieren und begeistern.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03

Lust

Welches Wort man auch dafür benutzt: Lust, Motivation, Inspiration – ohne das geht nicht viel. Im Gegensatz zu früher, bin ich heute allerdings der Meinung, dafür muss man selbst sorgen. Das muss man selbst einfordern. Eienn Großteil persönlicher Kreativität sollte man dafür investieren, sich Lust zu verschaffen.

Früher gab es jede Menge Motivationsprogramme. Waren die Leute demotiviert, musste die Firma etwas unternehmen. Heute denke ich da ganz anders. Es gibt Menschen, die haben das alles in sich. Die muss niemand motivieren. Sondern die muss man sich heraus picken. Leute, die lustlos sind, sind Leute, die lustlos sind. Und Leute, die voller Lust sind. Das sind die, mit denen man leben und arbeiten kann.

Warum soll man müde, nörgelnde, deprimierte, negative Menschen von etwas überzeugen, was sie gar nicht wollen? Da investiere ich doch lieber in Mut, Begeisterung, Neugier, Hingabe und Leidenschaft. Früher hat man sich überproportional um diese ganzen Miesepeter, Bedenkenträger und Besserwisser gekümmert.

Heute sehe ich das ganz anders. Das ist deren Problem. Und meine Aufgaben bewältige ich am liebsten mit Lust. Dafür brauche ich Leute mit Lust. Überall. Wie die Zeiten sich ändern. Da stehen die ganzen Bedenkenträger doch wirklich bald im Regen. Und unser Land ist voll davon.

Und eins noch. Liebe Nörgler, das mit den Motivationsseminaren könnte ihr mal echt stecken lassen, verstellen kann man sich nur einen bestimmten Zeitraum, aber ein Leben lang? Unmöglich. Wahnsinn, was einen früher ständig Leute umgeben haben, die einen total runter gezogen haben. Die nie zu nichts Lust hatten. Ich glaube, ich rede gerade von der Null-Bock-Generation. Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:02

Ein echter Hintze

Original Zitat aus einer E-Mail an einen Lieblingskunden.

...Wir müssen nicht langsam weniger schlecht werden. Vor allem nicht sehr langsam. Sondern wir sollten einfach anfangen, ganz schnell besser zu sein....

Copyright by Christof Hintze 2006

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 07:01

Attaque – Contre Attaque

Angriff – Gegenangriff.

Ein Großteil aller Wirrungen, Komplikationen, Verneinungen, Ablehnungen, Abneigungen entspringt einem sehr kleinen Brunnen. Der aber eine beeindruckend hohe Fontäne hat. In der Kommunikation macht der Ton die Musik. Und wie man in den Wald hinein ruft, so schallt es heraus. Alles, aber auch alles, wird interpretiert als möglicher Angriff. Die kleinste Spur. Die Fußabtritte einer Ameise genügen, um vorsorglich schon mal einen Gegenangriff los zu lassen.

Unvorstellbar, wie wenig genügt, damit der Kamm schwillt. Beim Menschen. Somit wendet man sich erst dem Inhalt zu, wenn alle Umstände keinen Angriff in Aussicht stellen. Die leiseste Annahme verdreht das Gesagte, das Gezeigte, aber vor allem das Gemeinte ins Gegenteil. Und jetzt beginnt die menschliche Schiffschaukel sich höher und höher in der Wahl der Waffen zu schaukeln.

Obwohl das alles ganz anders gemeint war. So drehen sich fast 50% aller Diskussionen darum, den Verdacht zu entkräftigen: Das habe ich so nicht gesagt. Und die restlichen 50%, die dann unmittelbar folgen, um die Richtigstellung: Das habe ich so nicht gemeint.

Alles, was wir machen, spricht mit unserem Gegenüber. Deshalb ist die Wahl der Worte zugleich auch die Wahl der Waffen. Dessen sollte man sich in der Kommunkation bewusst sein. Vor allem vor dem Hintergrund: Nimm keine Waffen in den Mund, die du nicht bereit bist, auch einzusetzen. Das kommt ganz schlecht. In der Schule nannte man das die Schubser: Das waren die, die einen immer geschubst haben. Um zu provozieren, aber zugleich auch keine Prügel zu bekommen. So haben die sich ganze Pause geschubbst, mit der ständigen Aufforderung, mach doch, komm doch.

Wenn die an einen Nicht-Schubser geraten sind – das ging ins Auge.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

Mittwoch, 12. Juli 2006

Wo geht es lang? Da geht es lang!

Jeder versucht, sein Lebenskonzept jedem anzudrehen, der es nicht hören will. Obwohl es ca. 6.000.000.000 unterschiedliche Lebensentwürfe gibt, die alle auf ihre ganz eigene Art am selben Ziel enden. So ist es auch mit Unternehmen. Mit Werbung. Sobald etwas funktioniert, oder nur den Anschein macht, oder man so tut, als ob es fuktioniert, rennt jemand mit seinem Papierschiffchen der Erkenntnis herum und verbreitet die frohe Botschaft: So geht es.

Jeder Entwurf ist anders. Und das Reflektieren anderer Unternehmens- oder Lebensentwürfe birgt die Gefahr in sich, dass man so sein will wie ein anderer. Und nicht dazu kommt, so zu sein, wie man ist. Mal ehrlich, da nehme ich doch gleich lieber das Original.

Gerade in der Beratung liegt hier der Hase im Pfeffer. Eigene Entwürfe werden wie Schablonen über alles gestülpt. Was nicht passt, wird passend gemacht. Das Problem von Marken wie Menschen ist offensichtlich: Weil alle so sein wollen, wie, gehen alle in der Konformität unter, und von der Individualität bleibt nichts über.

Somit ist die Frage auf die Antwort, wo geht es lang, nicht: alle mir nach, sondern: ihrem eigentlichen und ursprünglichen Weg hinterher. Oder wieder hinterher. Oder jetzt erst recht hinterher.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 12:07

24 Prinzipien für eine erheblich verbesserte Werbewirkung

1. Einfach = Beschleunigt

2. Emotion = Überträgt

3. Glaube = Versichert

4. Ideen = Tragen

5. Bekannt = Erfreut

6. Nutzen = Begründet

7. Anders = Interessiert

8. Verdichten = Verbessert

9. Intuition = Entdeckt

10. Mut = Vergrößert

11. Sexy = Begehernswert

12. Konstant = Glaubwürdig

13. Konsequent= Bestätigt

14. Kreativ = Überrascht

15. Inspiration = Sprudelt

16. Freundlichkeit = Verbindet

17. Involvement = Transportiert

18. Sympathie = Befreundet

19. Souverän = Überzeugt

20. Orientierung = Führt

21. Handwerk = Beherrscht

22. Positiv = Kommuniziert

23. Persönlich = Erkennbar

24. Gefühl = Berührt

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 08:36

Unendliche Weiten

Sich die Unendlichkeit vorstellen zu können, ist für viele Menschen ein Problem. Der Blick verändert sich und sie schauen einen an, als ob sie an den Horizont eines Ozeans blicken. Und dann verwirrt nichts finden. Der Gedanke an das Unendliche überschreitet die Vorstellungskraft. Und der daraus resultierende gedankliche Kraftakt ist den Menschen anzusehen.

Dabei ist es für viele wichtige Entscheidungen von großem Nutzen, vor allem im Marketing, dass die Welt der Werbung z.B. am 31.12 nicht endet, nur weil zufällig auf diesen Tag auch der Bilanzstichtag fällt. Eine Sekunde nach 24.00 Uhr geht alles weiter wie zuvor.

Auch die stetige Wiederholung von Messeterminen, was im Vorfeld für unendliche Laufruhe sorgen könnte, entfällt der Vorstellungskraft. Der Mensch denkt meist von Punkt zu Punkt. Dass diese sich endlos aneinander reihen, ist ihm zwar eventuell bewusst. Entzieht sich aber seiner Vorstellungskraft. Das daraus resultierende Problem lautet, diese Menschen denken immer nur bis zur nächsten Kurve, bis zum nächsten Punkt.

Zugegebenermaßen beherrschen dies einige sehr schnell. Trotzdem steht immer der Gedanke im Raum, bis dahin und nicht weiter, obwohl es immer weiter geht. Wie die Zahlen, man kann immer an eine letzte vorstellbare Zahl eine weitere anfügen. Immer. Na und? Wer sich die Unendlichkeit vorstellen kann, der agiert anders. Für den ist nie Schluss und nie Ende, sondern für den sind das alles nur Momentaufnahmen in der Unendlichkeit. Das entspannt. Das nächste Weihnachten kommt bestimmt. Die nächste Messe auch ... und so weiter und so weiter.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:35

Zupacken

Die erste Idee ist oft die beste. Da heißt es zupacken, daran glauben und sie verteidigen. Im Lauf der Zeit, kann ich behaupten, dass ca. 80% meiner ersten konkreten Gedanken die Hüllen für die geeigneteste Idee haben fallen lassen. Nur leider nicht immer da und dann, wo ich mir das gewünscht hätte. Aber da wird man im Lauf der Zeit nicht mehr wählerisch.

Am Anfang habe ich die ersten Ideen immer verworfen. Weil sie mir banal vor kamen. Und ich dachte, das kann es ja nicht gewesen sein. Da muss mehr dran und drin sein. Dann bin ich immer tiefer in die jeweilige Materie vorgedrungen und somit auch immer weiter weg von der Lösung.

Eine Qual. Oft habe ich dann rückwirkend bemerkt, dass ich auf erheblichen Umwegen wieder zurück zur Ursprungsidee kam. Zudem war da auch immer das Problem, was tun, wenn man in 5 Minuten eine gute Idee hat. Man darf ja nichts rauslassen. Allein schon, weil es so schnell geht, dachte ich am Anfang, das kann nichts sein. Was müssen da erst andere denken, vor allem Kunden?

Deshalb habe ich die erste Idee in der Regel erst einmal liegen lassen. Habe sie gehen lassen wie einen Brotteig. Und habe die Idee erst in den Kundenofen geschoben, wenn der Moment richtig war. Aber es hat gedauert, bis ich zupacken

konnte. Und das ohne Zweifel. Heute hilft mir das. Weil dieser Ideenstress in mir so nicht mehr aufkommt. Das war früher anders. Da musste ich erstmal 20 bis 40 Einfälle haben, um daraus ein paar brauchbare Ideen zu rekrutieren.

Das Problem bin ich los. Einfach zupacken. So einfach geht das.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 08:34

Dienstag, 11. Juli 2006

Prägung

Ich sag mal so. Es gibt Dinge, die prägen einen. Und andere nicht. Was einen verwirrt, wenn man vor allem gleichaltrig ist. Man geht davon aus, dass die Menschen plus minus 5 Jahre von den selben Einflüssen geprägt sind. Dem ist aber nicht so. Sondern völlige Unkenntnis macht sich oft breit. "Kennst Du/Weißt Du noch?" Nee.

Außer bei Gleichgesinnten. Da läuft dann alles wie bei einem Film ab. Da kommt eins zum anderen. Da herrscht schnell völlige Übereinstimmung. Da redet man nur noch über Details. Das sind oft Gespräche und Abende, die einem das schöne Gefühl geben, dass man richtig gelebt hat. Weil andere die Welt mit den selben Augen sehen.

Bei Blues Brothers ist das zum Beispiel so. Den habe ich sicher 20 mal gesehen. Weil es etwas gibt, das mich geprägt hat. Diese Prägung wollte ich immer wieder. Andere kennen den Film nicht mal. Verstehen nicht, was ich darin oder daran gefunden habe. Das wusste ich eine lange Zeit auch nicht. Heute weiß ich es. Es gibt eine wunderbare zentrale Botschaft in diesem Film. Die sieht man und die hört man.

Da geht es um Freundschaft die über alles geht: "Think". Da geht es um Gemeinschaft, die viel mehr zustande bringt als man selbst: "Die Band". Der Rest ist einfach nur ein Film. Mit John Belushi (Joliet Jake Blues), Dan Aykroyd (Elwood Blues), Kathleen Freeman (Schwester Mary), Cab Calloway (Curtis), James Brown (Reverend Cleophus James), Carrie Fisher (Attentäterin), Ray Charles (Ray), John Candy (Burton Mercer), Murphy Dunne, Willy Hall, Aretha Franklin, Carrie Fisher, Steven Spielberg

Die Story ist schnell erzählt: Gerade aus dem Knast entlassen, wird der schwergewichtige Jake von seinem Bruder Elwood in Empfang genommen. Ihr erster Weg führt sie in jenes christliche Waisenhaus, in dem sie unter der Fuchtel von Schwester Mary aufwuchsen. Doch die Wiedersehensfreude ist getrübt, denn dem Waisenhaus droht mangels Kapital die Schließung. Da kommt den Blues Brothers die rettende Idee. Sie wollen ihre alte Band wieder versammeln, um das notwendige Kleingeld zu verdienen.

Schwarze Anzüge, schwarze Hüte, schwarze Sonnenbrillen und natürlich auch ein schwarzes Auto, so ziehen die Brüder Jake und Elwood Blues durch Detroit. Ihr Ziel ist es, die alte Blues Band wieder zusammenzuführen, um so durch einen Auftritt legal 5.000 Dollar aufzutreiben, damit ein Waisenhaus gerettet werden kann.

Doch leichter gesagt als getan. Zwei eifersüchtige Ladys, genervte Cops, dümmliche Neonazis und eine geleimte Country & Western-Band machen den beiden Vollblutmusikern das Leben wahrhaft und die Brüder hinterlassen eine breite Spur der Zerstörung hinter sich ...

Regie: John Landis

Der Rest ist Geschichte. Meine Geschichte. Danke für diesen Film in meiner Erinnerung.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 07:49

Formvollendet

Performance & Bullshit-Talking

Warum viele nicht zum Punkt kommen dürfen, und nichts wichtiger ist, als die Form zu wahren. Da draußen laufen einige Millionen herum, die glauben, dass die Entscheider in Politik, Wirtschaft, Kultur und Medien ergebnisorientiert denken und handeln. Weit gefehlt. Wie bei einem Computerspiel versuchen die meisten, einen möglichst hohen Level zu erreichen. Das heißt, weiter zu kommen als alle anderen. Wie, ist dabei nebensächlich. Hauptsache weiter.

Dabei sind zwei neue Instrumente sehr hilfreich: Performance – so tun als ob. Und Bullshit talking – so sagen als ob. Das Wichtige dabei ist, dass inhaltlich nichts Konkretes dabei fest zu machen ist. Denn konkret könnte man festgenagelt werden. Und das könnte hinderlich sein. So halten sich viele an 140 Seiten PowerPoint-Präsentationen fest. Die nichts

zeigen und nichts sagen. Glauben Sie mir, das ist eine Kunst. Eine Stunde referieren und alle sind so dumm wie zuvor.

Aber diese Art der Ablenkung verdeckt den Blick auf das eigentliche Bestreben. Weit kommen, heißt ja nicht, dass man das kann, sondern, dass man da ist. Kennen ist da wesentlich wichtiger als können. Die inhaltslose leere Seifenblase muss doch mal platzen? Denkt man da.

Das ist die Zockermetalität. Das ist wie bei den Spielautomaten mit den Sonnen damals. Mercur hießen die, glaube ich. Da konnte man hoch drücken: 2 Sonderspiele, 4 Sonderspiele, 8 Sonderspiele, 16 Sonderspiele, 25 Sonderspiele, 50 Sonderspiele bis zu 100 Sonderspiele. Und jeder, der mal auf 100 hochgerückt hat, der weiß, was das bedeutet. Was das mit können zu tun hat. Das ist einfach nur Übermut. Die meisten Menschen spielen erstens nicht um ihre Exzistenz. Sondern kümmern sich um diese. Nicht dieser Typ von Mensch: Für ihn ist alles nur ein Spiel. Bei dem er nie verlieren kann. Denn egal, welchen Bockmist er auch baut, er fällt, einmal im erlauchten Kreis aufgenommen, in der Regel eine Stufe höher.

Deshalb muss man sich nur an die Spielregeln halten, um einen möglichst hohen Level zu erreichen oder auf 100 Sonderspielen zu kommen. Und die nennen sich heute: Bullshit-Talking und Performance. Ergebnisorientierung ist total out.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:48
```

Der Mann macht das Produkt für die Frau

Wenn sie diesen Satz mehrmals wiederholen, fällt ihnen was auf. Ganz bestimmt. Das klappt nie und nimmer. Das Ergebnis kann man sich am besten in der weißen Ware ansehen. Haben Sie sich Waschmaschinen, Kühlschränke und Spülmaschinen einmal genau angesehen. Echt sexy oder?

Dabei sollten alle Produkte ausreichend bis genügend weibliche Hormone haben. Das macht die Produkte nicht nur außerordentlich erfolgreich, sondern auch noch sexy. Somit tragen Männer entweder Produkte, die Frauen imponieren sollen. Die Frauen gefallen sollen. Oder über die Frauen zumindest nicht meckern können.

Deshlab haben es große Lautsprecher, teure Kameras und riesen Flachbildschirme so schwer. Dabei gibt es viele Produkte, nach denen Männer sich sehnen. Aber die keine Chance haben, weil ihnen alle nötigen weiblichen Hormone fehlen.

Andere Produkte, denen man dies gar nicht zugetraut hätte, erfüllen genau dieses Gleichgewicht bzw. Übergewicht. Technische Produkte, die Frauen gefallen, haben es leichter. Denn die Frau stellt sich eine berechtigte und richtige Frage: Gefällt mir das? Denn alles, was in den Lebensraum einer Frau will, muss damit harmonisieren und darf nicht störend wirken.

Ein Auge, auf dem fast alle Männer blind sind. Da die Bevölkerung aber annähernd Fifty-Fifty aus Männern und Frauen besteht. Und fast zu 100% der Männer nichts dagegen haben, Frauen zu gefallen, steht dem Einzug von weiblichen Hormonen eigentlich nichts im Wege.

Doch. Die Ignoranz der Männer. Männer, die zum Mutterag vergessen, anzurufen. Die am Valentinstag spät nach Hause kommen und keine Blumen haben. Die Hochzeits- und Geburtstage wie am Fließband vergessen. Die sich keine Namen merken können und alle privaten Termine verschlampen. Die ihre Sekretärin los schicken, ihrer Frau was Hübsches zu kaufen. Die ihr Handy mit in den Urlaub nehmen. Die ihre Socken achtlos überall herum liegen lassen. Die ja das Geld verdienen. Die ... Solche Männer sollen was bemerken?

```
Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:41
```

Wunderbare Welt der Logos (6)

Die Definition, was ein Logo ist, ist eigentlich klar. Aber nicht im Bewusstsein vieler. Für die sind nämlich alles Logos, auch die Signets. Aber das wäre jetzt Wortklauberei. Nur eins ist sicher, Logos gibt es viel mehr als nur die, die wir dafür halten. Nicht nur Firmen haben Logos, das wissen wir. Auch alle anderen Gruppierungen, Minderheiten und Mehrheiten. Deshalb lohnt sich immer ein Blick in andere Logo-Welten. Weil Reisen bekanntlich bildet.

Dies ist ein besonders gelungenes, wenn nicht perfektes Exemplar. Es kommt ausschließlich mit dem Bild aus. Und

benötigt keinen Zusatz. Sogar die Farbe Rot ist in diesem Fall nur ergänzend. Auch ohne Farbe wäre die Erkennung eindeutig. In seiner Bildsprache geht dieses Logo für seine Zeit bis heute neue Wege.

Es zeigt, dass nicht nur grafische Elemente, Buchstaben oder andere reduzierte Bestandteile von Logos zum Ziel führen, sondern dass dies auch Bilder können. Wie die Mona Lisa. So musste in diesem Fall Che herhalten. Sicherlich eher zufällig. Aber was solls, ein Logo besticht durch seine Wirkung, nicht dadurch, wie aufwendig es entwickelt und realsiert wurde.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:40

Montag, 10. Juli 2006

zeichen 6

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:00

zeichen 5

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 22:55

zeichen 4

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 22:51

zeichen 2

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 19:03

münchener lieblingsorte 10: augustiner

Geschrieben von Peter von Felbert um 18:47

münchener lieblingsorte 9: hofgarten

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 18:37

münchener lieblingsorte 8: philharmonie

Geschrieben von Peter von Felbert um 18:28

münchener lieblingsorte 7: friedensengel

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:49

münchener lieblingsorte 6: alte pinakothek

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:40

münchener lieblingsorte 5: neues arena

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:34

münchener lieblingsorte 4: johannis cafe

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 17:29

Das selbe Kleid

Mir ist aufgefallen, das es Männern völlig gleichgültig ist, wenn sie neben 1.000 identisch angezogenen Männern stehen. Ob bei der Oscar-Verleihung im Smoking. Oder auf der Arbeit im Anzug. Männer neigen sogar dazu, sich zu uniformieren. Die Frau hingegen muss anders aussehen. Und zwar alle. Alle anders als alle anderen. Wenn zwei das selbe Kleid tragen, gleicht das einer Katastrophe. Warum ist das so? Warum zum einen der gewollte Untergang in der Konformität? Und auf der anderen Seite die erzwungende Individualität?

Uns Männern wäre es sicherlich egal oder es würde nur kurz zu Irritationen führen. Aber für Frauen hört da der Spaß auf.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 12:44

Wunderbare Welt der Logos (7)

Geht es noch einfacher? Nein! Sicher nicht. Besser auch nicht. Wenige Logos aus der Markenwelt haben die Klarheit von religiösen Logos erreicht. Das ist eins. Wenn nicht sogar das einzige. Vergessen wir mal die ganze Markenwelt drum herum. Und konzentrieren uns nur auf das Logo an sich. Wäre doch schade, wenn eine nicht erfolgreiche Marke dieses Logo in der Versenkung hätte verschwinden lassen. Denn bei allen genial einfachen Würfen gehört es natürlich auch dazu, dass es zu einer Art Marken-Welt-Relegion wird.

Das hat es verdient. Denke ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 12:41

Thank you for your support

Am Ende eines jeden Beitrags findet ihr folgendes:

Karma dieses Eintrags: ++ | + | 0 | - | --
Derzeitiges Karma: 0, 0 Stimme(n) 0 Klicks

Dieser kleine und unscheinbare Hinweis ist eine sehr nützliche Hilfestellung für alle, die Euch folgen. Aber dafür müsstet ihr eure Meinung mit einem gezielten Votum und dem dazugehörigen Klick zum Besten geben. Denn wenn ihr hier eure Meinung abgebt, dann entsteht eine kleine Rangreihe. Die steht rechts und sieht ungehähr so aus:

Beliebte Einträge
Sexy

(2)
Die glorreichen 7 Erfolgsfaktoren Deutschlands
(2)
Der Commerzball rollt
(2)
Die neue Relativitätstheorie
(2)

Gute Werbung hat große Vorbilder (2)
(2)

Die vor allem Newcomern, Neulingen und Fremden eine gute Orientierung liefert: Wo bin ich denn hier hingeraten. Und auch hier wäre wünschenswert, dass Qualität die Nase vorn hat. Da man jeweils nur einmal sein Votum abgegeben kann, wäre es schön, wenn ihr das auch tun würdet.

Danke.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 12:41

Der Veränderungsstau

Wenn bei einem technischen Produkt ein Problem aufkommt, kann man eine passende Veränderung vornehmen. Mechanische Veränderungen sind machbar. Eine Warnanzeige in meinem Auto zeigte mir unlängst den Hinweis "Bremsanlage kontrollieren". Nun gut, dachte ich, das muss ja nicht sofort sein. Die nötige Veränderung ist sicher auch nächste Woche noch rechtzeitig.

Die nächste Woche brachte zum Vorschein, dass – wenn ich sofort reagiert hätte – nur zwei alte gegen zwei neue Bremsbeläge hätten ausgetauscht werden müssen. Aber nun waren die Bremsscheiben ebenfalls beschädigt. Somit war eine größere Veränderung erforderlich geworden.

Ich erzähle das, weil genau hier ein kleines, aber ungemein auswirkungsvolles Problem liegt. Veränderung ist eigentlich ein kontinuierlicher Prozess. Den wir aber nicht so behandeln. Auch nicht im Marketing. Sondern eher nach dem Gummizug-Prinzip. Wenn es gut läuft, rasen wir mit hoher Geschwindigkeit über alles hinweg. Dabei verpassen wir die Veränderung, weil wir gerade mit Wichtigerem beschäftigt sind. Daher müssen wir bei einer Veränderung plötzlich voll in die Bremsen steigen, und alle folgenden Veränderungen stauen sich wie auf dem Mittleren Ring. Und müssen dann mit hohem Aufwand abgearbeitet werden. Oder es kommt zum Crash. Es kommt oft und immer häufiger zum Crash. Weil wir immer schneller immer mehr mit uns nehmen. Somit müssten auch die Veränderungen immer schneller und immer mehr sein. Sind sie aber nicht.

Das fällt nicht nur an Marketingentscheidungen auf, sondern auch an den Menschen selbst. Früher war genügend Zeit. zu leben und sich sukzessive den veränderten Bedingungen anzupassen. Heute geht das immer stauweise. Das Wort Reformen ist ein Beweis, dass eine Gesellschaft über einen langen Zeitraum die nötigen Veränderungen nicht vollzogen hat. Der Erfolg macht glauben, dass man nichts verändern müsste. Das ist vollkommen falsch. Im Fußball ist das ähnlich. Andauernder Erfolg ist ein Beweis für kontinuierliche Veränderung.

Bei Menschen hat das besonders drastische Auswirkungen. So lange es läuft, lässt man es laufen. Weil Geschwindigkeit, Druck und Stress es einem gar nicht ermöglichen, sich zu verändern. Niemand will, dass sich eine Person verändert, wenn sie funktioniert. Sondern sie soll einfach nur weiter funktionieren. Somit stauen sich bei Menschen nötige Veränderungen. Dieser Veränderungsstau in der Gesellschaft und in uns selbst entlädt sich dann zumeist eskalierend. Es gibt eine Reihe von Unfällen. Und dann versucht man, möglichst schadlos weiter voran zu kommen.

Dieses Phänomen begegnet mir häufig. Der Veränderungsstau. Ich habe es auch an mir selbst miterlebt. Es ist ein zentrales Problem oder eine zentrale Herausforderung, die es gilt, im Marketing zu vermitteln. Im Erfolg oder im Misserfolg gilt es, keinen Veränderungsstau zuzulassen, das Tempo der Entwickung nicht hoch, sondern angemessen zu gestalten. Die Veränderung ist zugleich die Anpassung an neue Umstände. Es ist ein Naturgesetz, das der Mensch auf sich bezogen nicht übersehen sollte.

Eigentlich geht es im Leben viel mehr darum, veränderungssicher zu sein und zu bleiben. Das ist Grundlage dafür, die Lebens- und die Arbeitsqualität auf einem optimalen Niveau zu halten. Alles andere schafft zwar außerordentliche Höhepunkte, aber denen folgen auch ebenso außerordentliche Tiefpunkte. Somit wäre eine gute Veränderungsdynamik ausschlaggebend dafür, das Niveau unseres Daseins sukzessive, Stufe für Stufe qualitativ auf eine höheres Niveau zu bringen.

Deshalb ist es extrem von Vorteil, wenn man keine Furcht vor der Veränderung hat, sondern lieber nach sinnvollen, guten und erstrebenswerten Ausschau hält. Das ist wie einen neuen Wein endecken. Einen neuen Strand. Einen neuen Freund. Ein neues Hobby. Eine neue Hingabe. Eine neue Leidenschaft. Nur in der Begegnung mit der Veränderung steckt die Chance zur Entwicklung.

Wer sich der Kontinuität der Veränderung verweigert, der kann sich jetzt gut ansehen, was dabei raus kommt. Oder ein Blick in einen Lebensabschnitt genügt, von dem sie wissen und es sogar fühlen, dass sich da mächtig was aufgestaut hat.

Veränderung beginnt immer zum selben Zeitpunkt: Jetzt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 12:38

vorbei

Geschrieben von Peter von Felbert in Fight-Club um 02:16

Sonntag, 9. Juli 2006

weite welt 24: albergo rosa, verona, italien

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:31

weite welt 24: albergo rosa, verona, italien

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:30

weite welt 23: albergo rosa, verona, italien

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:27

weite welt 22: hotel esmiralda, paris, frankreich

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:19

weite welt 21: hotel esmiralda, paris, frankreich

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:18

weite welt 20: hotel esmiralda, paris, frankreich

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 19:06

weite welt 19: sydney, australien

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 01:35

weite welt 18: fidschi inseln, südpazifik

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 01:24

weite welt 17: flughafen chiuaua, mexiko

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 01:18

weite welt 16: flughafen madrid-barajas, spanien

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 01:01

weite welt 15: flughafen las vegas mccarran, usa

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 01:00

Samstag, 8. Juli 2006

deutschland. ein sommermärchen 15: stralsund

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:09

deutschland. ein sommermärchen 14: kirche bei dorfen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:02

Freitag, 7. Juli 2006

münchener lieblingsorte 3: starnberger see

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 19:48

münchener lieblingsorte 2: fünf höfe

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 19:31

münchener lieblingsorte 1: cafe ruffini

Geschrieben von Peter von Felbert in München um 19:14

Typografie im Alltag 1

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 16:45

Professioneller Durchhalter

Ein rückblickend herausragende oder schlechte Charaktereigenschaft, je nach Ausgang, die man meiner Person zweifelos zuordnen kann, ist die des "Durchhalters".

Bis wir wissen, ob es eine poitive oder schlechte Eigenschaft war, müssen wir uns aber noch in Geduld üben. Denn abgerechnet wird bekanntlich am Schluss. Und der ist noch nicht in Sicht. Aber was sich bis jetzt abzeichnet, ist eine überaus bemerkenswert lange Durststrecke, in der Ideen einer bestimmten Qualität überhaupt nicht gefragt sind.

Das ist so, als ob man Eisverkäufer im Park ist, im 5ten schlechten Sommer hintereinander, mit Dauerregen und Temperaturen nicht über 8 Grad. Und man steht da nicht alleine. Sondern neben mir gibt es reichlich weitere Eisverkäufer, die vor allem alle viel billiger sind.

Die Situation muss man aushalten können und wollen. Oder wie in meinem Fall eher müssen. Denn ich mach nun mal mein eigenes Werber-Eis. Und in Zeiten wie diesen sind mir die Eismogule natürlich überlegen. Die verdienen einfach da, wo die Sonne scheint. Ich kann hier nur nicht weg.

Nacheinander gehen die Eisbuden um mich herum pleite. War ja auch eine echt super Idee, einfach billiger als die anderen zu sein. Und die, die immer weniger Geld für gutes Eis selbst übrig hatten, sind auch weg. Und ich steh da und warte auf den Werbesommer. Und warte und warte. Beobachte jede Wolkenbewegung. Jeder Sonnenstrahl und jede Wettervorhersage gibt Anlass zu Hoffung, die sich zwar nicht erfüllt, aber so kann es ja nicht bleiben.

Wie gern hätte man jetzt gern einen Regenschirm-Stand. Oder eine Gummistiefelfabrik. Aber man hat eben auf Eis gesetzt und, wie es aussieht, auf Sand gebaut. Meinen alle, außer einem. Ich.

Ich bin ein wenig wie der schwarze Ritter in "Ritter der Kokusnuss", der nach dem Duell keine Arme und keine Beine mehr hat und, als sein Gegener ihm mitleidig das Leben schenkt, hinterher ruft: Okay, du Feigling – unentschieden.

Aber ich halte das aus und durch. Denn ich habe keine Alternative, ist sitze auf Ideen wie der Eisverkäufer auf seinem Eis. Und ich weiß, der Sommer wird kommen. Und dann bin ich da. Ich, mit einem Stand voller Ideen. Und sie werden kommen. Zu hauf.

Bis dahin stellt sich weiterhin die Frage: Held oder Idiot?

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 07:09

Da ist eine Kampagne in meinem Kopf (1)

Fluggesellschaft.

TV-Kampagne, 45 Sekunden.

Konzept: Sympathie über alles.

Idee Spot 1:
Junge Familie fliegt in Urlaub und nimmt den Hund mit. Die beiden Kinder müssen sich vom Hunde verabschieden, der nicht mit in den Flieger darf, sondern woanders verstaut wird. Der Hund wird weggebracht, die Kinder sind traurig. Die vier sitzen im Flieger. Die Eltern sind gut drauf, die Kinder sind traurig. Die Stewardess nimmt die beiden mit. Und öffnet im Gang eine Luke im Boden. Ein gleißendes Licht kommt aus der Luke. Wie bei einem Steven Spielberg Film (Begegnung mit der dritten Art). Die Kinder strecken vorsichtig ihre Köpf über die Luke. Um zu sehen, was im Bauch des Flugzeugs vorgeht.
Dort sehen sie mehrere Stewarts, die auf einer Wiese mit Hunden spielen, Stöckchen werfen, Ball holen. Und der Hund der Kinder ist auch darunter. Die Kinder kehren glücklich an die Sitze zurück und die Mutter fragt: Alles okay? Die Kinder antworten: Alles okay! Das sind die einzigen zwei Sätze, die im Spot gesprochen werden.

Und so habe ich noch weitere Geschichten dieser Kampagne im Kopf, ich sage nur: Weinkeller...

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:08

Fritz Berger schlägt seine Zelte bei uns auf

Deutschlands größter Camping- und Caravan-Versender, der zugleich auch einen Online-Shop hat www.fritz-berger.deund über 30 Verkaufstellen in ganz Deutschland.

Nach einer unternehmerischen Talfahrt nimmt nach der Übernahme nun die Arques AG die Geschicke des Unternehmens in die Hand. Verantwortlich für den zukünftigen Erfolg zeichnet Geschäftsführer Bernd Schell. Der auch bei dieser spannenden Unternehmung in Sachen Marken- und Werbe-Kommunikation auf seine bewährten Partner setzt: uns.

Aus verständlichen und guten Gründen, denn diese Zusammenarbeit hat auch bei der Teutonia Kinderwagenfabrik schnell zum Erfolg geführt.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:06

Berühmte Worte (23)

I did not have sexual relations with that woman, Miss Lewinsky.

Bill Clinton auf der Pressekonferenz am 26. Januar 1998

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:06

Donnerstag, 6. Juli 2006

deutschland. ein sommermärchen 13: untertage in recklinghausen

Geschrieben von Peter von Felbert um 11:46

Respekt

Eigentlich sollte man seinen Kunden nichts über Werbung erklären. Keiner will belehrt werden. Was schon in der Familie nicht funktioniert oder unter Freunden nur zu Ärger führt, warum soll das im Business funktionieren? Sicher rührt es daher, dass so viele Agentur-Kundenbeziehungen schneller als gedacht in die Brüche gehen.

Jeder versucht, den anderen zu dominieren. Jeder auf seine Weise mit seinen Mitteln. Dabei würde alles viel besser und wie geschmiert laufen, wenn man das einfach völlig beiseite lässt. Und jeder sich primär um sich kümmert. Denn dann ist bekanntlich für alle gesorgt.

Was beim stetigen Klugscheißen nämlich erheblichen Schaden nimmt, ist der Respekt. Und wenn der mal in Schieflage ist, dann Prost Mahlzeit. Somit ist es besser, dem Gorilla Brustgetrommel einfach auszuweichen. Und sich einfach nur der Aufgabe zu widmen.

Also mich macht das rasend, wenn andere mich belehren wollen. Oder mir zeigen wollen, wo die Grenzen sind. Bis hier und nicht weiter. Ich empfinde eine Art Ohnmacht, wenn Macht missbraucht wird. So nehmen sich viele raus, zu belehren, weil sie sich in einer überlegenen Position fühlen. Die armen Belehrten müssen das über sich ergehen lassen, weil sie in der Reghel in einem wie auch immer gearteten Abhängigkeitsverhältnis stehen. Somit ist die vorgegaukelte Aufmerksamkeit etwas ganz anderes, als der Oberlehrer glaubt. Sie ist eine Art Respektabbaustelle.

Respekt ist mehr als Distanz wahren. Es wäre sehr von Nutzen, wenn man sich einfach mal vorher vergewissert, ob jemand den Text hören will, der sich gleich wie Apfelsirup über ihn ergießt. Oder anders herum, man kann ja auch fragen, wenn man etwas wissen will. So viel Zeit muss sein. Mir geht dieses Von-oben-herab tierisch auf den Sack. Und ich ertappe mich dabei, was noch viel schlimmer ist, dass ich das auch mache. Aber ich arbeite daran, es immer weniger zu tun. Ihr könnt bis auf weiteres machen, was ihr wollt. Es ist mir nicht egal, aber die Arbeit an meinem Glück benötigt meine volle Unterstützung. Da bleibt kein Ohr mehr für: Hör mal ...

Wenn jeder einfach macht, was er sagt. Wären wir schon viel weiter.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 06:05

deutschland. ein sommermärchen 12: artikel 1 des grundgesetzes am reichstag in berlin

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 06:04

Schnick Schnack Schnuck

Hat jemand eigentlich schon mal Schnick Schnack Schnuck für eine Werbung gebraucht. Das ist das Spiel mit den Händen. Man steht sich gegenüber und schwingt die Arme im Takt, sagt gemeinsam "Schnick – Schnack – Schnuck" und bei Schnuck muss man eins von vier Handzeichen machen: Brunnen, Schere, Papier oder Stein. Jedes Zeichen schlägt ein anderes. Das Papier deckt den Brunnen ab. Und wickelt den Stein ein. Die Schere schneidet das Papier und fällt in den Brunnen. Der Stein zerschlägt die Schere, fällt aber in den Brunnen. Der Brunnen schluckt den Stein und die Schere.

Das macht man 3 mal. Und wer 2 mal gewonnen hat, der hat gewonnen. Best of 3. Ist kinderleicht und bietet sich gerade zu an für einen tollen Werbespot. In dem die Handzeichen einfach andere sind. Zum Beispiel, welches Programm schauen wir? Oder welche Sorte von ... irgendetwas.

Ist mir nur so eingefallen. Zwei Kinder. Oder ein Vater und sein Sohn. Einfache Idee. Hat noch keiner benutzt. Komisch.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 06:02

Vision – Prophezeiung – Zukunft

Es kommt alles anders, als man denkt. Sagt ein bekanntes und richtiges Sprichwort. Zeitlebens hat es sich bis dato bewahrheitet. Aber es liegt in der Natur des Menschen, die Zukunft immer düster ausehen zu lassen. Und der Entwicklung grundsätzlich nur Schlechtes voraus- bzw. nachzusagen. Das Schlimme an dieser Eigenschaft ist nicht die Tatsache, dass alle Schwarzmalerei sich in der Regel nie bewahrheitet, sondern das die tatsächlichen Problem, die es in den Griff zu bekommen gilt, davon übertönt werden.

Wir sind eine Gesellschaft, die sich angewöhnt hat, oder verwöhnt ist, auf Nebengeräusche und Nebenwirkungen zu achten. Uns fällt nicht mal auf, dass wir dabei das Große und Ganze völlig aus den Augen verloren haben. Oder wir wollen es aus den Augen verlieren. Unmengen von Nebensächlichkeiten verdecken den Blick auf das Wesentliche. Ganze Heerscharen von Branchen, Marken, Produkten und Dienstleistungen konzentrieren sich auf Unwichtiges, anstatt sich auf das Wesentliche zu konzentrieren.

Wir haben die Nebensachen, die Nebenschauplätze in den Mittelpunkt unseres Interesses gerückt. Nicht die Hauptsache. Wir verschwenden und vergeuden, statt zu reduzieren. Wir werfen weg, statt daran fest zu halten. Wir trennen uns, statt uns zu binden. Wir fressen, statt uns zu ernähren. Wir pflegen Krankheit statt Gesundheit. Wir haben an allen wesentlichen Stellen die Welt einfach auf den Kopf gestellt. Und tun aber alle so, als ob sie mit beiden Beinen fest auf den Füßen steht.

Unzählige Beispiele von menschlicher Dummheit umgeben uns. Und diese Reihe wird immer länger und absurder. Wir zweifeln, aber wir ändern nichts. Wir sind irritiert, aber wir handeln nicht.

Wer die Augen öffnet, sieht sofort, wovon ich spreche. Und was mich beruhigt und zuversichtlich macht, ist der einfache Satz: Es kommt immer anders, als man denkt. Deshalb bin ich sehr zuversichtlich, dass der Mensch beim verfolgen seiner Interessen immer bereit war und bereit sein musste, neue Wege zu gehen und einzuschlagen. Ob Interessengemeinschaften das wollen oder nicht. Das Bedürfnis steuert das Bewußtsein. Ändert sich eines von beiden, zieht eines von beiden nach.

Es gab eine Zeit, da glaubten alle, dass Arbeitslose immer Arbeiter sein müssten. Menschen mit Krawatten oder Ärzte könnte dieses Schicksal nicht ereilen. Es gab mal Zeiten, da gingen alle davon aus, dass Regime die gestürzt werden, immer diktatorischer Natur sein müssten oder kommunistischer.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 06:01

Berühmte Worte (22)

Ich bin ein Berliner.

Das berühmte Zitat aus der Rede von John F. Kennedy am 26. Juni 1963 vor dem Rathaus Schöneberg, anlässlich des 15. Jahrestags der Berliner Luftbrücke.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 06:00

deutschland. ein sommermärchen 11: springstille im thueringer wald

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:00

deutschland. ein sommermärchen 10: essen katernberg

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:58

deutschland. ein sommermärchen 9: schachen bei garmisch

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 00:39

Mittwoch, 5. Juli 2006

Amor & Psyche

Der Blick in die Kunst ist immer nützlich. Denn um so mehr Blickwinkel man vom selben Thema eingenommen hat, um so wahrscheinlicher ist, dass man so etwas wie Überblick erreicht. Die Wahrheiten ändern sich fast mit jedem neuen Einblick in ein Thema. Weil die Wirklichkeit aus einem anderen Blickwinkel eben anders aussieht. Das ist so.

In einem Fußballstadion schreien 40.000: Hand. 40.000 Andere winken ab und sagen, das war doch nichts, das war angespielt. Und Einer auf dem Platz zeigt, dass es gar keine Hand war, sondern die Brust. Was ist also Wahrheit und was ist Wirklichkeit. Eine Frage des Blickwinkels auf ein und die selbe Sache.

Somit heißt lernen nichts anderes, als neue Blickwinkel zu gewinnen. Deshalb kann lernen auch nicht aufhören, sondern geht bis zum letzten Atemzug. Denn auch der birgt einen Blickwinkel in sich.

Die Kunst ist eine Art Konzentrat einer Zeit. Sie zeigt uns die Welt, wie sie ist, genau zu diesem Zeitpunkt. Modern. traditionell, gewagt, provokativ, beständig usw. Somit kann alte Kunst immer wieder zeitgemäß sein. Und moderne völlig überholt.

Amor & Psyche heißt dieses Kunstwerk. Die Statue. Ein Blickwinkel auf ein zentrales Thema, der mich überrascht hat. Wenn man bedenkt, wie alt das Kunstwerk ist. Wie die Liebe unser Bewußtsein steuert, verändert, verwirrt, irritiert und zu Dingen fähig und bereit macht, die wir ohne Liebe nicht in Betracht gezogen hätten.

Dieser Blickwinkel ist ein weiteres Bild, ein buntes Steinchen im großen Mosaik des eigenen Bewußtseins. Es verrät etwas über uns. Und es sagt etwas über uns. Dass Liebe wirklich verrückt macht. Also eigentlich logisches bewußtes Handeln außer Kraft setzt. Diese Erkenntnis stützt auch meine Ansicht von Marken und Markenführung. Von Intuition. Von Wirkung. Von Bindung. Ein Marke soll wie ein Freund sein. Liebe also. Und der Weg dorthin geht nur über die Emotion.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:28

Wunderbare Welt der Logos (5)

Auch dieses Logo ist perfekt. Es ist nie richtig gealtert. Neben den ganzen bunten und billigen Flughunden ruht dieses Logo. Silberne Flugzeuge mit diesem Logo. Das ist deutsche Geschichte. Jeder Zeit getrotzt. Jeden Trend überlebt. Schrammen bekommen. Image hin und her. Aber über allem steht die innere Verbundenheit einer ganzen Nation mit ihrer Fluggesellschaft. Und die Konstante in alle den bewegten Zeiten ist das Logo. Es gibt zum Ausdruck, dass man die Seele bewahrt hat. Dass man noch immer zur Familie Deutschland gehört. Und dass man ein Teil ist, welches das Gesicht von Deutschland in der Welt geprägt hat. Wunderbar. Einfach. Klar. Reduziert. Nie unmodern, sogar in der Farbwahl. Toll.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:27

Berühmte Worte (21)

Huston, wir haben ein Problem.

Apollo 13. Im April 1970. Jack Swigerts Funkruf an die NASA Bodenstation, 55 Stunden und 54 Minuten nach dem Start.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:26

Wenn es die Sicherung raus haut

Die falsche Entscheidung. Oft wird die falsche Entscheidung getroffen. Obwohl man rückblickend diese nur mit Kopfschütteln kommentieren kann. Bei sich selbst und bei anderen. Der Logik letzter Schluss ist der Kurzschluss im Kopf. Wenn es die Sicherung raus haut. Und man denkt und handelt, dass man sich selbst nur wundert. Diese Sicherung hat aber zwei Wirkungskreise. Den destruktiven, zerstörerischen. Welcher offensichtlich weiter verbreitet ist. Und den konstruktiv schaffenden. Dieser tritt zwar seltener auf, ist aber auch von beträchtlicher Wirkung.

Warum entscheidet der Mensch nicht logisch? Warum läßt er sich so von seinen Gefühlen leiten? Vor allem unübersehbar falsch abbiegen? Und warum erkennt er dieses größte Fehlverhalten seiner Persönlichkeit nicht, um es fortwährend ab zu schalten, in dem er es behandelt? Es scheint an der Einsicht zu fehlen. Dem fehlerlosen Wesen einen Irrtum in seinem Denken und Handeln zu unterstellen.

Mir passiert das auch. Viel zu oft. Und ich wundere mich dann darüber. Der Versuch, genau diese Momente im positiven Sinne zu kontrollieren, ist mir ein wichtiges Anliegen. Mein Temperament immer in das Konstruktive zu leiten, anstatt in das Negative abzugleiten. Schwer. Aber machbar. Denn was für ein Charakter ist man, wenn man vor seinem eigenen Bewußtsein kapituliert? Niemals! Meine Sichernung, bleibt bis auf weiteres drin. Hoffe ich.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:25

Dienstag, 4. Juli 2006

Italiens Halbfinal-Vorbereitungen laufen auf Hochtouren

So sind sie. In der 94-ten mit einem gekauften Elfmeter weiter. Und dann schon im Vorfeld den Gegner dezimieren. Wenn der Fussballgott den Geruch von echtem Leder mehr liebt als den von Haargel und Geld, dann wird das heute die bitterste Stunde für den italienischen Fußball. Es wird eine öffentliche Demütigung.

Aber wenn es so läuft wie es den inoffiziellen Anschein macht – dann müssen die Deutschen damit rechnen, dass sie zur Halbzeit 6 Elfmeter gegen sich haben. Nur noch mit 8 Spielern spielen und dann in der 88. Minute nur knapp mit 1:0 gewinnen. Die Fußballwelt will Italien weinen sehen. 11 Andy Möllers.

Es ist unglaublich, dass ein italienischer Fernsehsender Beweismaterial liefern muss, damit die Gerechtigkeit ihren Gang nehmen kann. Mal sehen, wer nächstes Jahr noch in der ersten italienischen Liga spielt. Alle natürlich. Und die Geldbußen werden 1 Mrd. Lira betragen. Zahlbar in 300.000 gleich großen Raten. Natürlich steuerlich komplett abzuschreiben.

Italien. Wenn es einen Ausschluss geben würde für eine Mannschaft, gegen die keiner spielen will, dann hätte man euch noch bei keinem Turnier gesehen. Dortmund wird sich schon was einfallen lassen. Denn statt Frings wird Kehl spielen. Ein Dortmunder.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 15:22

Berühmte Worte (24)

Ich gebe Ihnen mein Ehrenwort, ich wiederhole: mein Ehrenwort ...

Uwe Barschel am 18 September 1987 auf einer Pressekonferenz.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 15:01

Meine erste große Liebe

Neben meiner ersten schüchternen Schulliebe, Carmen Mikolaiczak (seit Sommer 1977 nicht mehr gesehen), gab es diesen magischen Moment. Als ich zum ersten Mal diese Frau sah. In dem Film "Belle de Jour". Ihr Name ist Catherine Deneuve. Und eigentlich bin ich ihr auf eine gewisse Art bis heute verfallen und zugleich dankbar. Denn eigentlich war sie es, die mir die Augen geöffnet hat. Für ein Kapitel, das mir bis dahin völlig verschlossen war. Bis zu diesem Filmerlebnis waren meine Interessen völlig anders gelagert. Aber nach diesem Film gesellte sich die schönste Hauptsache hinzu. Der Wunsch nach Liebe. Liebe zu geben und dafür Liebe zu bekommen. Dass man besser nach so etwas wie wahrer Liebe Ausschau hält. Besser auf seinem eigenen Weg bleiben sollte. Dass man sich immer bei seinem eigenen Gefühl versichern sollte, was man wirklich will, und bei nichts anderem. Danke für die Lektion. Ich bin ihr weitest gehend treu geblieben. Soweit ich konnte.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:10

Unmöglich

Wie oft hört man immer wieder die selben Behauptungen, Vermutungen und Bedenken:
"Das ist unmöglich."
"Da muss man vorischtig sein."
"Das kann nicht funktionieren."
"Das glaube ich nicht."
"Das kommt mir unwahrscheinlich vor."
Die Idee muss sich aller Bedenken erwehren. Die Bedenken selbst dagegen müssen sich nie rechtfertigen. Leichtsinnig

ausgesprochene Floskeln haben schon so manche große Idee zu Fall gebracht. "Das habe ich schon irgendwo mal gesehen." Dabei ist eine Idee erst dann wirklich interteressant, wenn sie verrückt und unmöglich klingt. Aber der Mut, das Neue und Andere zu wagen, fehlt. Festhalten an Altem überwiegt. Bis in die Insolvenz. Bis in die Bedeutungslosigkeit. Lieber im Nichts der Märkte verschwinden, als den Weg zu ändern. An diesem Punkt wird Kontinuität gänzlich falsch interpretiert. Kontinuität im Erfolg ist erstrebenswert. Aber Mißerfolg fortzusetzen, ist wirklich hirnrissig.

Die Fähigkeit und Bereitschaft, anders zu denken, ist nur wenigen gegeben. Dieses kostbare Talent Wirklichkeit werden zu lassen, liegt hingegen in der Verantwortung anderer. Hier ein wunderbares Beipiel stellvertretend dafür, dass wirklich nichts undenkbar ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:09

Homage an die Typografie

Die Typografie ist der Gewürzgarten der Gestaltung. Ein unpassendes Gewürz verdirbt den ganzen Genuss. Wenn man im Layoutprogramm das Fenster der Schriften öffnet, dann öffnet sich die Kultur der letzten über 100 Jahre. Das ist ein Scrollen, als ob man durch das Museum of Modern Art in New York wandelt. Für Unwissende ist Typo einfach nur Schrift. Das ist so, als ob man sich rotes Bild zum roten Sofa aussucht. Das ist okay, hat aber nicht wirklich was mit der Sache zu tun. Das Internet hat der Typografie die Beine abgeschnitten. Nur langsam wachsen diese nach. Denn gestalterische Aspekte waren den Machern des World Wide Web völlig egal, unklar und unwichtig. Wie soll etwas schon aussehen, wenn es von Menschen erdacht wird, die sich nur von Pizza und Kaffee ernähren.

Erst die richtige, passende und schöne Typografie macht aus einem Layout ein Artwork. Obwohl der Respekt ihr gegenüber leider weitest gehend verloren gegangen ist und sich auf Arial beschränkt, so erkennt das geschulte Auge sofort, ob jemand sich der Wirkung und Macht von Typografie bewusst ist.

Ich möchte keine herausheben oder das Gegenteil. Das Lebenswerk der Typografie bis heute ist so groß und umfassend. Das ist, als ob man ein Gebäude stellvertretend für die Architektur herausnehmen müsste. Man muss nur wissen, dass die Typografie das Gewürz in der Mahlzeit der Gestaltung ist. Und dass nur Leute würzen sollten, die sich dessen bewusst sind. Exakt den Geschmack der Idee zu treffen. Im Lauf der Jahre sind mir nur ganz ganz wenige Gestalter begegnet, die diesen Anspruch unübersehbar erfüllen konnten.

Typografie auszuwählen, ist eine Kunst für sich. Schade, dass diese oft so ein Schattendasein führt. Ich bin immer noch ganz hingerissen, wenn eine Idee aus meinem Kopf mit der perfekten Typografie gekrönt wird. Aus den tausenden Möglichkeiten des Gewürzgartens die eine zu bestimmen, welche die Idee untermalt wie keine andere. Es ist ein wunderbares Gefühl. Wenn Worte auch noch im richtigen Gewand auftreten. Einfach bewundernswert und schön.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:07

Gute Werbung hat große Vorbilder (4)

"Ein kleiner Schritt für mich, ein großer für die Menschheit." Bis heute weiß ich nicht, was wir, die Menschheit, davon haben, dass wir auf dem Mond waren. Aber das technische Wunder, wenn es denn so war, ist grenzenlos. Denn jedes Handy kann heute mehr als die NASA für diese Reise zur Verfügung hatte. Aber die Gebanntheit vor dem Fernseher. Die Dimension, unsere Atmosphäre verlassen zu können, sprengt bis heute meine Vorstellungskraft. Die Erde aus dem All zu sehen. Den Erdaufgang vom Mond aus zu sehen. Den Blickwinkel auf die blaue Kugel im All ändern zu können. Uns als klein zu empfinden, als ein Teil des Ganzen und viel Größeren. Nur der Sternenhimmel bei klarer Nacht verleiht einen Eindruck, aber dieses Erlebnis hat unseren Blick auf die Welt verändert. Plötzlich sind wir nicht mehr das Zentrum, sondern ein Teilchen in etwas unvorstellbar Großem.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:05

Wunderbare Welt der Logos (4)

Das Bild einer Zeit, einer Generation, einer Bewegung und eines Bewusstseins ist in diesem einen Logo enthalten. Rock'n Roll. Was in den 90ern das Wort "Geil" vermittelt hat, hat in der 60ern und Anfang der 70er diese Zunge zum Ausdruck gebracht. Was diese Generation über das Bestehende dachte. Hinter diesem einfachen Logo verbirgt sich eine ganze Welt von Ideen, Musik, Thesen, Klamotten und allem anderen. Und auch hier ist jedem klar, was es bedeutet und wem zugeordnet wird. Die Rolling Stones sind sicher nicht meine Musik, aber das ist ein Meisterwerk der Reduktion. Es braucht nicht mehr und nicht weniger. Sensationell.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:00
```

Berühmte Worte (20)

I have a dream.

Martin Luther King jr. auf den Treppen des Lincoln Memorial in Washington D.C. am 28 August 1963.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 06:50
```

Montag, 3. Juli 2006

weite welt 14: iowa, usa

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 21:36

weite welt 13: sao paulo, brasilien

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 21:29

weite welt 12

dakar, senegal

Geschrieben von Peter von Felbert um 21:24

weite welt 11

savanna la mar, jamaika

Geschrieben von Peter von Felbert um 21:18

weite welt 10: assuan, ägypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 21:15

Der arme Klinsmann-Effekt

Ich ahne es schon. Die Massen von Trittbrettfahrern. Mit ihren Halbwahrheitentheorien und dem Versuch, diesen mit dem Zusatz "Klinsmann" Fundament zu geben. Die Wirtschaft. Die Politik. Die Medien. Egal, wie es jetzt ausgeht. Der arme Kerl. Was wird man alles reindichten. Mentale Stärke wird sicher ein zentrales Thema. Teamgeist und alle anderen auch. Und alle werden, weil sie selbst nicht den Mut besitzen oder die Überzeugungkraft haben, es einfach mit dem Mitnahme-Effekt versuchen. So ist das. Der Erfolg hat viele Nachahmer des Misserfolgs. Deshalb ist gut, zu wissen, dass Vieles ebenso wenig übertragbar ist wie das Fahrgefühl von Herrn Schumacher. Der Aufschlag-Return von Herrn Becker. Das politische Feingefühl von Herrn Brandt. Die Organisationsfähigkeit von Herrn Schmidt. Und all den anderen Machern. Die alle eins gemeinsam haben, es interessiert sie einen Kehricht, was andere über sie denken. Das gilt für beide Fälle, für den Erfog und den Misserfolg. Macher sind eben Macher. Das kann man nicht kopieren. Da bleibt Vielen nur das fleißige Mit- und Nachmachen. Und der große Rest wundert sich, was alle machen.

Wenn Herr Klinsmann in den nächsten 2 Jahren immer 1 EURO bekommen würde, wenn sich jemand auf ihn bezieht, um seine Message zu verkaufen, dann kann sich Bill Gates warm anziehen. Dann zieht ein Herr Klinsmann an ihm vorbei, wie die Elfmeter der deutschen Nationalmannschaft beim Elfmeterschießen gegen England. England? Nein,

diesmal war Argentinien dran. War aber auch schön. Obwohl man Elfmeterniederlagen wegen der CI eigentlich England vorbehalten lassen sollte.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 14:20

Mut

Bei einem Großteil aller Entscheidungen im Bereich Kommunikation sind der Mut und die Chance der Befürchtung und dem Risiko unterlegen. Sogar, wenn nur ein Restrisiko von unter 10% vorhanden ist, bewirkt das in der Regel immer noch die Entscheidung in Richtung Sicherheit.

Der Zweifel wird immer wesentlich höher bewertet als die Möglichkeit. Was zweifelsfrei daran liegt, dass Ängste überall geschürt werden. Sicherheit gepredigt. Woher soll der Mut in einem solchen Klima kommen. Wenn er überall im Keim erstickt wird.

Dabei bewundern alle mutige Ideen. Mutige Entscheidungen. Lesen Bücher und schauen Filme über mutige Menschen. Aber im Alltag verlässt uns der Mut so schnell wie die Bewunderung in der Phantasie gekommen war. Dabei ist neben der Qualität einer Idee vor allem die Qualität des Muts entscheidend, diese auch in die Tat um zu setzen. Nur Mut.

Foto: Peter von Felbert

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:19

Bitte Selbstbedienung

Wir sind das, was wir gelernt haben. Gelernt haben wir das, was man uns vorgemacht hat. Wir haben das nachgemacht. Und somit gelernt. Wir nehmen aus dem Kühlschrank. Wir nehmen aus dem Regal. Wir nehmen aus dem Geldautomaten. Wir nehmen. Nehmen. Immer und überall.

Nehmen tun wir am liebsten immer zuerst. Und wir nehmen immer so viel es geht. Was zur Folge hat, dass die Menschen beim ausüben des Nehmens alle drängeln. Weil alle zuerst nehmen wollen. Und sich alle immer viel zu viel nehmen. So dass für viele zu wenig übrig bleibt. Und vieles von dem, was da genommen wird, nicht wirklich gebraucht oder verwendet wird.

Oder wir konsumieren in dieser Selbstbedienungsmentalität zu viel. Was uns nicht gut tut. Aber wir können nicht anders. Das haben wir so gelernt. Entsagung. Zurückhaltung. Angemessen. Mäßigung. Das hat man uns nicht beigebracht. Sondern immer aus dem vollen schöpfen. Denn wir Leben in dem Land, in dem Milch und Honig fließen.

Diese erlernte Mentalität wird uns zum Verhängnis. Denn vom Nehmen zum Geben ist es ein weiter Weg. Vom Wegnehmen zum Liegenlassen ein noch weiterer. Diese Überversorgungswohlstandseinstellung, dass alles immer und zu viel davon verfügbar ist, das kommt uns teuer zu stehen.

Denn im Land der Nimmersatten haben hat zwar keiner etwas dagegen, wenn der Teller nicht mehr ganz so voll ist. Wenn es nur nicht der eigene ist. Die anderen nehmen sich doch viel mehr und viel zu viel. Ein langer Weg bis zum Geben – es ist trotzdem ein lohnender. Denn lieber ein langer Weg, als ein auswegloser.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:17

Einfach in die Tonne hauen

Ohne Zweifel sind wir eine Wegwerfgesellschaft. Auch wenn der Einzelne das nicht wahr nimmt, aber wir werfen sehr viel weg. Und zwar nicht nur Verpackungen und ähnliches. Sondern uns ist das Wegwerfen so in Fleisch und Blut übergegangen, dass wir mittlerweile auch so gut wie alles andere schnell über Bord werfen.

Wo früher noch alles sorgsam verwendet und genutzt wurde, wächst heute kein Gras mehr. Autos werden maximal zwei Jahre lang benutzt, dann weg damit. Handys ein bis zwei Jahre, dann muss ein neues her. Klamotten überleben nur noch eine Saison. Und weg damit. Wir konsumieren so nicht nur mehr und schneller, denn das ist der Vater des Gedankens, sondern wir verinnerlichen dieses Verhalten. Und zwar so, dass wir uns auch im Umgang mit der Natur, Mitmenschen und Partnern mittlerweile von allem trennen können und wollen.

Das Binden, an jemanden oder an etwas, ist nicht mehr Teil der Kommunikation. Das Wechseln ist die Kernaussage. Heute so, morgen so. Was für die Betriebswirtschaft verständlich und erstrebenswert ist, ist es für die Gesellschaft offensichtlich nicht. Denn wer sich nicht mehr binden kann und will, der überträgt das auf seine gesamte Lebensform.

Aus unserer Gesellschaft ist ein Kommen und Gehen worden. Heiraten und Scheiden. Job hier, Job dort.

Diese Entwicklung ist natürlich endlich und wird sich auch wieder ins Gegenteil wandeln. Aber es ist schon beeindruckend, mitanzusehen, wie man Verhaltensregeln aus der Konsumwelt in seine persönliche Verhaltensweise übernimmt. Nicht die Erste. Wie man en Essstörungen und vielen anderen Nebenwirkungen leicht erkennen kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:16

Luftblasen im Kopf

Probleme sind wie Luftblasen. Die Summe ist immer die Selbe. Egal, wo man steht im Leben. Aber diese sind verschieden groß. Hat der Mensch den Status der Problemlosigkeit erreicht, dann kommt ein Makel zum Vorschein. Er macht sich Probleme. Oder macht aus Mücken elefantengroße Probleme. Das muss er machen, damit die Summe gleich bleibt. Oder die Gewichtung bestimmter Probleme ihm angenehmer ist. Er betrachtet als Problem, was keines ist. Damit die eigentlich große Luftblase durch das Aufpumpen der falschen kleiner wird. Vorübergend gelingt dem Menschen die Selbsttäuschung.

Pervers wird es in der Wohlstandgesellschaft, wenn alle natürlichen Problem so gut wie beseitigt sind. Dann macht sich der Mensch selbst zum Problem. Sein Äußeres ist plötzlich unerträglich und muss korrigiert werden. Seinem geistigen Zustand widerfährt die selbe Korrektur. Er ist bei weitem nicht perfekt, also folgt er fremden Theorien, die ihm perfekt erschienen. Weil sie mehr versprechen, als er je gewagt hätte, für sich selbst in Anspruch zu nehmen.

Alle Entscheidungen, vor allem die mit Außenwirkung, werden zu einem Problem erhoben. Den Status des zufriedenen und glücklichen Menschen einzunehmen, ist dem Mensch unangehm. Es macht ihn so unkritisch und gleichgültig. Somit redet er fortwährend über das Problem Auto, Urlaubsziel, Swimmingpool, Problemzonen, Armbanduhren, Zigarren und Wein. Und zwar immer mit dem Unterton, als ob es um ein Karzinom im eigenen Körper oder eine andere unheilbare Krankheit ginge.

Somit ist egal, welchen Staus man erreicht. Die Probleme bleiben zwar nicht die selben, aber es kommen nur neue hinzu. Die entscheidende Frage, die man sich stellen sollte, ist: Will man exzistenzielle Probleme oder eine Reihe von hausgemachten. Denn ohne geht es anscheinend nicht.

So erinner ich an eine uralte Otto Walkes Schallplatte die mich als Kind zum grübeln brachte. Darin erzählt Otto das einem reichen Mann der Rasierpinsel ins Klo gefallen ist und er in diesem Moment glaubte der unglücklichste Mensch auf der Welt zu sein.

Schon als Kind hat das die Seifenbalsetheorie in mir hervorgerufen. Denn ich hatta ganz andere und wunderte mich. Denn bis dahin ging ich Felsenfest davon aus, dass reiche Menschen keine Problem haben und Arme viele. Otte belehrte mich eines besseren. Und dies ist bis Heute so geblieben.

Also, welche Problem-Seifenblasen hätten sie den gern. Echte oder erfundene?

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:16

Berühmte Worte (19)

Are you talking to me?

Taxi Driver (1976): Robert de Niro

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:15

Samstag, 1. Juli 2006

billy joel zum thema erfolg:

mr. joel: vor 13 jahren haben sie ihr letztes rockalbum veroeffentlicht. werden sie je wieder eins aufnehmen?

vermutlich nicht. heute ist es ja nicht getan mit dem aufnehmen. das drumherum kostet viel, viel mehr zeit. du musst ins fernsehen, ins radio, videos drehen, fotos machen lassen - ich will das nicht mehr. du fuehlst dich dabei wie ein kaufmann, dessen einzige ware du selbst bist. ein verdammtes rattenrennen. wenn mich heute jemand fragt, ob ich denn keinen hit mehr haben wolle, dann sage ich: nein. willst du viel geld verdienen? aber ich habe viel geld. willst du kein star werden. aber ich bin ein star. nein danke, ich habe genug.

billy joel in der sz vom 1./2. juli 06.

Geschrieben von Peter von Felbert in Human Marketing um 17:09

weite welt 9: new york, usa

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 00:01

Freitag, 30. Juni 2006

weite welt 8: chikago, usa

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 23:59

weite welt 7: istanbul, türkei

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 23:56

weite welt 6: kandy, sri lanka

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 23:49

weite welt 5: el fuerte, mexiko

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 23:35

weite welt 4: negril, jamaika

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 23:33

weite welt 3: luxor, ägypten

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 23:31

weite welt 2: chicago, usa

Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 23:28

weite welt 1: lissabon, portugal

```
Geschrieben von Peter von Felbert in Weite Welt um 21:07
```

markengesicht & markenstimme: rufus beck, waltraut und harry potter

rufus beck bei wikipedia

```
Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 15:10
```

markengesichter 10: helmut sendlmeier, ideen

helmut sendlmeier bei mccan

```
Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 14:52
```

Cool

Das Wort "cool" kann man aus zwei Blickwinkeln betrachten. Cool als unterkühlt, abweisend und arrogant. Eingesetzt zum Selbstzweck. Um die eigene Persönlichkeit zu überhöhen, oder zumindest vermeintliche Stärken herauszustellen, um dabei offensichtliche Defizite im Selbstwertgefühl zu kaschieren.

Oder aus dem Blickwinkel, der mir lieber ist: Cool als Ausdruck von Gelassenheit, Souveränität, in sich ruhen, Sympathie und Geradlinigkeit. Cool als kühlen Kopf bewahren. Klar. Ungekünstelt. Deutlich. Cool als sich zurück nehmen. Sich selbst nicht so wichtig nehmen. Cool als Ausdruck einer Lebensform. Die wesentlich entspannter ist, als die uncoole.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 14:04
```

Hommage an die Idee

Im Prinzip ist sie das kleinste Element in der Kette. Zwar mit der größten Wirkung, denn große Ideen ziehen große Kettenreaktionen nach sich. Aber prinzipiell ist es nur das Samenkorn. Deshalb ist auch die Wertschätzung eher eine Geringschätzung. Was wäre die Welt ohne die Idee des Rads. Des Buchdrucks. Des Penizillins. Des ... Die Kette der kleinen unscheinbaren Ideen mit gigantischer Wirkung ist sehr lang.

Die Idee wird schnell unscheinbar, tritt schnell in den Hintergrund. Dabei ist sie immer der auslösende Moment. Wenn die Welle der Idee ausläuft. Erst dann besinnen sich einige zurück an die Quelle, den Ursprung der Idee. Bis dahin ist alles andere wichtiger. Ideen mussten immer größer werden. Immer größere Märkte bewegen und beherrschen. Dabei ist die Wurzel aller Ideen in Vergessenheit geraten. Die Tonleiter die Ideen. Die kleinen. Die nichts kosten. Die man immer und sofort umsetzen kann, und die einem das Leben um so viel schöner und lebenswerter machen.

Menschen, die diese Gabe der kleinen Ideen besitzen, sind oftmals die, die fähig und bereit sind, große Ideen ihren Gedanken entspringen zu lassen.

Man kann nicht 22 Opern schreiben, wenn man nicht die kleine Nachtmusik erdacht hat. Denn der Idee ist Größe egal, ihr geht es nur um Wirkung. Das unterscheidet sie vom Einfall. Ideen kann man üben, wie Klavier Spielen, wie Dribblings beim Fußball, wie Kochen, wie alles.

Es ist die Gabe, etwas einfach zu machen, um das Leben schöner und besser zu machen. Die Idee ist der Weg zum Ziel. Der Weg ins Tor. Der Weg der Komposition zum Finale. Nichts ist schöner als eine Idee, die zum Wohl eines

begehrenswerten Ziels ihre volle Wirkung entfalten kann. Nichts.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 09:50

Warum machen wir nicht einfach alles besser statt billiger?

Besser. Ein Gegenentwurf zu: Gehts denn noch billiger.

Alle wissen, wie es ausgeht. Denn man kann das Ende der Fahnenstange schon sehen. Aber alle machen weiter. Alle? Nein, eine kleine Gruppe von Wahnsinnigen hält dagegen. Wir machen nichts billiger, sondern nur besser. Wenn es dabei auch noch billiger wird, dann nehmen wir das billigend in Kauf. Wenn nicht, ist das ebenfalls gut, denn es ist ja besser.

Würden wir alle und alles nur einem Prinzip unterwerfen – der Verbesserung – dann sähe alles anders aus. Nicht so billig, sondern überall sähe es wesentlich besser aus. Für besser muss man aber Fähigkeiten und Bereitschaften mit einbringen, derer es bei weitem für billiger nicht bedarf. Billiger ist eigentlich gar keine Idee, sondern nur ein dummer Einfall.

Wer will denn nicht für immer mehr Geld immer weniger arbeiten? Der offensichtliche Umstand, dass viele für immer weniger Geld immer mehr arbeiten, ist nicht nur völlig bescheuert, sondern eine Nebenwirkung der Billigkonsumländer. Denn die haben nicht nur Billiglohnländer zur Folge, sondern auch die unangenehme Nebenwirkung, dass alle immer mehr für immer weniger machen müssen. Mist aber auch!

Würden wir aber genau das Gegenteil tun, nämlich alles verbessern, dann müssten wir alle nur noch sehr wenig arbeiten und würden eine Mörderkohle verdienen. Und alles um uns herum wäre viel wertvoller und würde ständig im Wert steigen.

Das Gute an diesem Verbesserungsvorschlag ist, dass die meisten da nicht mithalten könnten. Denn auf dem Gebiet billiger sehen wir schlecht aus, auf dem Gebiet besser sähen wir schon viel besser aus. Aber nun haben wir den billigeren Weg gewählt, dann machen wir uns mal weiter wertloser.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 09:49

Sanierungsfall Deutschland?

Nehmen wir mal an, die Kanzlerin trifft mit ihrer Feststellung des Pudels Kern. Dann ist nur noch zu kären, warum keinerlei Sanierungsmaßnahmen getroffen werden. Zahlungsverpflichtungen mit den Gläubiger verhandeln (Vergleich). Kosten runter. Kosten runter. Kosten runter. Entlassungen. Kürzungen. Definition von:

•Must
•Need
•Nice to Have

Umschuldung. Investitionsplan. Entschuldungsplan usw. In Deutschland werden von Profis gerade reihenweise Konzerne und Unternehmen saniert. Warum fragt die keiner? Denn was mich wundert, ist, dass auf der einen Seite alles beim Alten bleibt. Aber auf der anderen Seite hart durchgegriffen wird. Diese Qualität von Sanierung kennt man doch noch. Zum Beispiel von Holtzmann. Da wird noch filettiert, alle machen sich noch die Taschen voll und am Ende läßt man das Ding über die Wupper gehen.

Diese Art der Sanierung, Missmanagement in allen Bereichen einfach mit mehr Geld und weniger Leistung in den Griff bekommen zu wollen, hat in der Geschichte der Betriebwirtschaft noch nie funktioniert. Warum dann in einer Volkswirtschaft. Liebe Frau Kanzlerin, wenn schon Sanierung, denn schon Sanierung. Und für den Fall, dass Sie nicht genau wissen, was Sanierung wirklich bedeutet: Ein ganz einfaches Merkmal ist, wenn es ihnen selbst und ihrem Umfeld ebenso weh tut. Aber die gute Perspektive Sie das in Kauf nehmen lässt.

Sanierung heißt nicht, die einen sitzen im Trockenen und der Rest steht im Regen. Bis es auf hört. Und danach gibts vom Staat Regenschirme. Mit der Erklärung, wir konnten euch ja keine geben, es hat ja geregnet. Wir mussten warten bis es aufhört. Sonst wären wir ja nass geworden.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 09:47

Berühmte Worte (18)

Never fuck a fucker.

The Big Lebowski (1998) mit Jeff Bridges, John Goodman, John Tuturro ...

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:44

Kleiner Fehler – große Wirkung (2)

Floskeln befolgen – statt Ursache und Wirkung zu hinterfragen.

Plötzlich kommt jemand und sagt: Wir müssen die Marke verjüngen. Und alle nicken. Oder jemand sagt: Wir müssen den Markenkern klarer herausarbeiten. Oder: Wir müssen näher an die Bedürfnisse der Zielgruppe. Oder: Wir müssen wertiger auftreten. Oder. Oder. Oder. Das Problem am Bullshit talking ist: Dass es immer ganz nützlich klingt, aber eigentlich aussagelos ist. Denn dem Denken folgt entweder kein Handeln oder falsches. Befehle ohne klare Richtung sind eben schwer bis gar nicht zu befolgen. Alle Jahre wieder reitet so ein Trend die Werbewelt ab, den keiner wirklich gebraucht hätte. Aber alle dachten, nun ist er da, dann muss man auch mit.

Was ist wirklich Sache? Ist und bleibt eigentlich immer das Selbe. Erzielen das Produkt-, Preis-, Vertrieb- und Werbeniveau gemeinsam die rationalen und emotionalen unternehmerischen Zielsetzungen? Wenn ja, dann basta. Weiter so. Hier und da marginale Korrekturen und Optimierungen. Das wars. Und wenn nicht: Warum nicht? Umgehend dem unternehmerischen Niveau anpassen. Weiter geht es.

Das ständige hektische am Ruder Kurbeln, an allen möglichen Unternehmenseinstellungen Herumdrücken bringt nichts außer Kosten und Problemen, und es wirft blöde Fragen auf. Eine Marke ist wie ein dahingleitendes Segelschiff, hart am Wind. Alle Segel gesetzt. Der Kapitän auf der Brücke und der Steuermann am Ruder. Kurs halten. Segel reffen oder trimmen. Blick auf die See und die einzelnen Wellen gut nehmen. Und immer darauf achten, dass genügend Liquidität unterm Kiel ist. Und mit allen Mann immer auf das nächste Ziel zu. Da hat jeder seine Aufgabe, und die hat er zu erfüllen. Ob bei Sturm oder bei Flaute. An Bord der Firma dreht nicht jeder mal am Rad, wie er will. Ändert den Kurs, nur weil er neu an Bord ist.

Immer mit der Ruhe. Kurs halten. Wer ankommt, hat Recht. Und alles, was vom Kurs weg bringt, wird Kiel geholt. Deshalb – lassen Sie sich nicht jeden Floh ins Ohr setzen und nicht jede Mücke für einen Elefanten vormachen. Im Prinzip ist nämlich alles klar. Das wollen die einen nur nicht wahr haben, und die anderen haben das noch nicht gelernt.

Leichtmatrosen gibts genügend da draußen. Richtige Steurmänner und Kapitäne nicht so viele. Deshalb mein Rat: Nicht so schnell die Fähnchen in den Wind drehen, sondern bei allem, was kommt, immer erst mal Kurs halten und sich ein genaues Bild machen. Da bleibt noch viel Zeit, um zu entschieden, taucht das was oder schmeißt man das man gleich über Bord.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 09:44

Who the fuck is – Paul Heyse?

Paul Heyse. Vollständig hieß er Paul Johann Ludwig von Heyse. Geboren wurde er am 15. März 1830 in Berlin. Und gestorben ist er am 2. April 1914 in München. Er war ein deutscher Schriftsteller. 1910 wurde er als erster deutscher Autor belletristischer Werke mit dem Nobelpreis für Literatur ausgezeichnet. Da liegt er nun quer durch München. Tausende Autos rasen über ihn hinweg. Keine wirklich schöne Straße. Führt am Bahnhof vorbei. Aber es gibt auch eine Paul Heyse Unterführung. Viele Küchengeschäfte und Büros. Aber wenigstens er hat eine. Und mit Blick auf seinen Nobelpreis, hat er sie sicherlich auch verdient.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 09:30

Donnerstag, 29. Juni 2006

With a little help from our friends

Empfehlen Sie uns bitte weiter und kommen Sie gerne wieder

Das Blog hat es schwer.

Deshalb würden wir uns sehr darüber freuen, wenn du, Sie, ihr uns weiter empfehlen und natürlich selbst wiederkommen würdet. Denn wir machen uns das Blogleben selbst schwer. Um schnell beliebt, berühmt, bekannt und begehrt zu werden, sollte man neben dem wichtigen Inhalt auch einige technische Winkelzüge beherrschen. Auf diese haben wir komplett verzichtet. So verlinken wir nicht zu anderen Seiten – außer es dient nachvollziehbar dem Inhalt und Thema. Wir machen keine Gegengeschäfte. So eine Art Aufklebertauschen im Internet. Also – ich nehme deinen Link, und du musst dafür meinen nehmen. Wir ernähren uns ausschließlich aus uns selbst. Und das aus gutem Grund. Wir wollen kein Story-Wiederkäuer sein. Sondern reiner Ursprung. Wir wollen nur frische und erfrischende Quelle für Vieles sein. Und nicht abgestandenes Wasser. Deshalb vermeiden wir bestimmte Themengebiete, um keinen unqualifizierten Traffic zu verursachen. Obwohl es einem schon mal in den Fingern juckt. Aber bis hier konnten wir uns beherrschen. Wir haben kein Interesse an Quantität, sondern nur an Qualität. Aber auch Qualität benötigt Gleichgesinnte. Damit diese Sinn ergibt und tragfähig bleibt. Deshalb: kommen Sie wieder und empfehlen Sie uns weiter. Wenn es Ihnen bei uns gefallen hat.

Danke.

Wir geben weiter unser Bestes. Oder wenigstens das, was wir dafür halten. Oder zumindest. Oder überhaupt.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 16:48

Gute Werbung hat große Vorbilder (3)

Der dritte Teil ist für Chaplin. Der erste Film, den ich im Kino in Oberursel sah, war nicht "Der große Diktator", sondern "Moderne Zeiten". Chaplin und die Leinwand harmonieren so, dass man sich seiner Magie nicht entziehen kann. Und gerade im "großen Diktator" sind für mich Bilder verankert, die mir immer vor Augen führen, mit wie wenig man wie viel aussagen kann. Hinkels Tanz mit der Weltkugel ist für mich die zentrale Filmszene der Filmgeschichte. Wenn es nur eine geben dürfte, um zu zeigen, zu was Film im Stande ist, würde ich diese nehmen.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 09:56

Berühmte Worte (17)

Hat die Idee die höchste Stufe der Vollkommenheit erreicht, so bricht das Wort auf wie eine Blüte.

Joseph Joubert, (1754 - 1824)

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:54

Die integrierte Kommunikationslüge

Integrierte Kommunikation verkaufen herkömmliche Werbeagenturen dem Kunden gerne als etwas, bei dem alles gleich aussehen muss. Der Vorteil: Der Kunde muss alle Werbemittel- und Maßnahmen diesem Gesetz unterwerfen und alles neu machen. Die Agentur verdient eine Schweine-Kohle.

Dabei ist integrierte Kommunikation, wenn alles der selben Positionierung (Copy-Strategie) folgt. Dabei kann, muss aber nicht, alles gleich sein oder aussehen. Wirkungsvoller ist es, wenn die verschiedenen Medien im Einsatz vor allem einem Ziel funktional und kreativ folgen, als zwingend einem Gestaltungsraster.

Die falsche Anwendung oder ein falsches Verständnis von integrierter Kommunikation verhindern oft den Einsatz von richtigen Werbemitteln und -Maßnahmen. Weil es nicht passt oder nicht gut aussieht. Somit ist das Dogma der gestalterisch integrierten Kommunikation für eine erfolgreiche Umsetzung oft hinderlich.

Das machen herkömmliche Agenturen nicht ohne Grund. Denn die rein gestalterisch angelegten integrierten Kommunikationskonzepte sind oft nur darum genau so angelegt, weil sie mit den Spezial-Disziplinen der Agenturen so gut erfüllt werden können. Und somit nichts aus dem Budgettopf in Leistungen fließt, die sie selbst nicht erfüllen oder erbringen können.

Das ist sicher nicht im Sinn einer optimalen Wirkungsstrategie. Optimal wäre eine ganzheitliche Wirkungsstrategie. Die man auf allen möglichen Einsatzfeldern auch probiert. Indem man jegliche Anwendungen auf ihre Wirkung hin überprüft. Somit ist sichergestellt, dass alle Medien von der selben Positionierung/Copy-Strategie erfüllt werden können. Und zwar in ihrer Wirkung.

Darauf sollte man achten, wenn man integrierte Kommunikationskonzepte einkauft, die schon beim ersten Mailing scheitern. Oder auf der ersten Messe große Fragezeichen aufwerfen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 09:53

Was ist das eigentlich eine Vorentscheidung?

Das Relativieren von allen und allem hat für die Medien den unglaublichen Vorteil, dass man das Selbe und das Gleiche in viel mehr Einzelteile zerlegen kann. In so viel mehr, als man glaubt. Der Begriff Mikroteilchen hat hier sicher seinen Ursprung.

Heute gibt es keine Entscheidungen mehr. Nein, das wäre ja zu einfach. Sondern – anstatt oft nur einen Moment zu warten – gibt es Vorentscheidungen. Trends. Prognosen. Da zeichnet sich was ab. Ständig wird auf dem Weg zur eigentlichen Entscheidung ein Zwischenergebnis auf den Status einer so gut wie Entscheidung gehoben. Obwohl das völliger Unsinn ist. Denn eine Entscheidung ist unwiderruflich. Es ist zum Beispiel, um ein akutelles Beispiel zu liefern, das, was nach dem Schlusspfiff des Schiedsrichters auf der Anzeigentafel steht.

Bis dahin gibt es aber zahlreiche, die Spannung hoch haltende Vorentscheidungen. Die eigentlich schon so klar das Endergebnis voraussagen oder zumindes klar in Aussicht stellen, dass man auch schon nach 12 Minuten abpfeifen könnte. Oder nach 32 Minuten. Oder die zweite Halbzeit gar nicht mehr anzupfeifen bräuchte.

Das nächste Tor bringt die Entscheidung. Das war die Vorentscheidung. Wie oft muss man sich diesen Mist anhören? Ein weiteres, schönes Beispiel für das Spannungspiel der Medien sind Wahlen. Was da schon alles klar ist, ist nach dem Grundgesetz eigentlich gegen das Selbe. Warum eigentlich wählen, wenn doch alles klar ist? Und noch heute versucht Herr Stoiber verzweifelt und im Trauma, ein Glas Champagner zu öffnen. Dabei war die Entscheidung doch so gut wie gefallen.

Eine Erfindung, der es nicht bedarf. Weil es das eigentlich Entscheidende konterkariert. Keiner weiß mehr, was die Entscheidung ist. Wann die Entscheidung fällt. Man verliert sogar die Lust an der Entscheidung. Weil es so viele Entscheidungen wie Schwergewichts-Boxweltmeister gibt und ca. 1000 mehr.

Da hört und schaut keiner mehr hin. Sondern viele machen sich sogar den Spaß, die sogenannten Vorentscheidungen so zu beeinflussen, dass sie ein möglichst falsches Bild abgeben. Das haben die nun davon.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:51

Mittwoch, 28. Juni 2006

makenstimmen 6: norbert gastell, dt. stimme von homer simpson

norbert gastell bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 22:13

markenstimen 5: egon hoegen, stimme von der 7. sinn

egon hoegen bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 22:02

markenstimmen 3: regina lemnitz, dt. stimme von whoopie goldberg

regina lemnitz bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 21:41

markenstimmen 2: norbert langer, dt. stimme von tom selleck

norbert langer bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 21:22

markenstimmen 1: randolf kronberg, dt. stimme von eddi murphy

randolf kronberg bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Human Marketing um 21:08

Erfahrung ist ein Bademeister

Mein Lieblingsbild in Sachen Werbung ist der Bademeister. Ständig hüpfen Marketing- und Kommunikations-Menschen ins Schwimmerbecken – von allen Seiten, auch von den Seiten, von denen sie nicht dürfen. Und ich bin der Werbebademeister. Der schon an der Badehose erkennt, am Gang, am Sprung, am Auftauchen, wer ein guter Marketingschwimmer ist und wer nicht. Oft springen Nichtschwimmer in mein Becken. Die sich schlau, wie sie sind, am Beckenrand festhalten, an den Leinen oder, wenn es noch geht, mit den Zehenspitzen am Boden. Und so tun, als ob sie perfekt schwimmen können.

Tragen stolz ihre Marketingschwimmabzeichen zur Schau. Aber ich als Bademeister kenne meine Pappenheimer. Und so ist das Marketingschwimmbad eins, in dem immer viel los ist. Sie saufen ab und gehen dann rasch rüber in das Vertriebsschwimmbad (das nicht weniger tief ist, aber da hat noch keiner gesehen, dass derjenige nicht schwimmen kann).

Der Anteil der Nichtschwimmer in Positionen mit Verantwortung ist größer als viele glauben. Ins kalte Wasser werfen, ist hier an der Tagesordung. Am Anfang wollte ich jeden retten. Jedem Schwimmen beibringen. Oder jedem raten, erst mal ins Becken zu gehen, das nicht so tief ist. Das war keine gute Einstellung. Und so bewundere ich heute die guten Schwimmer, die in aller Ruhe ihre Strategiebahnen ziehen. Mal Kraulen, mal Brust, mal Rücken. Und einige sogar Schmetterling. Man kennt sich. Ist nett und begrüßt sich. Und die anderen, die ja immer betonen, dass sie prima schwimmen können, die lass ich absaufen. Natürlich – wenn sie mir das Gefühl geben, dass mein Wirken ihnen von Nutzen sein kann, dann helfe ich selbstverständlich. Aber das Retten von Nichtschwimmern, gegen ihren Willen und wo es um so viel Geld, Arbeitsplätze, Marken und viel mehr geht? Das ergibt keinen Sinn. Die sollen im Flachen üben. Und nicht auf Kosten von guten Firmen. Die sollen mal richtig Wasser schlucken, damit sie merken, dass es hier um die Wirklichkeit geht, in der wir alle leben. Wer nicht hören will, muss fühlen.

Was glaubt ihr, wieviel Junior Produkt Manager ganze Konzerne beschädigt bis ruiniert haben. Ebenso viele wie Kinder leichtsinnig Häuser abgeflammt haben. Und das sind mehr als erfahrene Menschen, die nicht leichtsinnig mit dem Feuer spielen. Glaube ich.

Also sitze ich da und genieße den Tag. Der Agentur-Bademeister.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:36
```

Kleiner Fehler – große Wirkung (1)

Wissen voraussetzen.

Ein kleiner Fehler, der häufig und gern begangen wird, auf Kunden und Agenturseite, ist, Wissen bei der Zielgruppe voraus zu setzen. Schon allein, um seinen Status zu dokumentieren. Das hat leider große negative, unerwünschte Auswirkungen auf den Kommunikationserfolg. Und alle wundern sich. Warum funktioniert das nicht? Da hauen Möbelmärkte Rabatte raus, dass es nur so kracht, und sind 50% günstiger als der Rest der Welt, aber keiner weiß, wo der Laden ist. Blöd gelaufen.

Eins nach dem anderen. In der Welt der Werbung geht die Verbreitung von wichtigen Botschaften sehr langsam. Somit wird der Einsatz der Budgets immer kostbarer, und umso schlimmer ist es, wenn der Empfänger nicht versteht, was der Absender ihm sagen will. Kommunikation ist nicht was man sagt, sondern was der andere versteht.

Jeder Autodidakt kann ein Lied von der Redundanz singen. Wenn man jemandem etwas beibringen will, dann muss man jeden wesentlichen Punkt zum Erlernen klar zum Ausdruck bringen. Immer und immer wieder. Das Übergehen von nur einem Aspekt, mit dem Hintergedanken, das haben die sicher schon kapiert, bringt den Lernerfolg zum Scheitern. Also: Immer wieder – Schritt für Schritt. So langweilig das klingt, so wirkungsvoll ist gute Kommunikation.

Was man selbst weiß, ist noch lange nicht Allgemeinwissen. Auch wenn es einem so vorkommt. Wie oft habe ich schon gehört: Das wissen die da draußen doch alle. Alle? Die Leute wußten nach einer RTL-Umfrage zu einem großen Prozentsatz nicht mal, wer an Weihnachten geboren wurde. Macht man eine lustige Kampagne mit Hauptstädten auf der ganzen Welt, dann kann es sein, dass vielen gar nicht klar ist, dass es dabei um Hauptstädte geht. Mein erster Creative Director in Düsseldorf (D. Blum) verriet mir mal ganz am Anfang: Wenn du es bei einem Funkspot am Anfang regnen lässt, aber nicht klar machst, dass es regnet, dann kann das auch brutzelndes Fett in der Pfanne sein. Gesagt getan. Einige Zeit später habe ich einen Funkspot für Originalteile eines Autoherstellers gemacht und habe 20 Sekunden akustisch einen Plattfuß beim Fahren vorweg geschickt. Für mich war das klar ein Plattfuß. Ich wusste das. Und ging natürlich davon aus, alle anderen wissen das auch sofort. Nur – alle, die diesen Spot hörten, dachten, da traben Pferde. Die haben den ganzen Spot nicht verstanden.

Was ich weiß, weiß da draußen noch lange keiner. Oder zumindest nicht alle. Was die Wirkung ja schon beeinträchtigt. Wir machen die Kommunikation aber nur für die da draußen. Deren Verständnis ist die Hauptsache und nicht, was wir glauben, was alle wissen oder nicht wissen. Darum empfiehlt es sich, immer kein Wissen voraus zu setzen. Und die wesentlichen Botschaften redundant immer wieder zu wiederholen. Auch wenn man sie selbst schon lange nicht mehr hören kann. Der zusätzliche Vorteil ist: Die Summe der Botschaften bleibt relativ klein. Somit ist ein Durchkommen bis zur Zielgruppe immer wahrscheinlicher.

Die erfolgreichste Kampagne ist für die Macher und Entscheider eher keine große Sache. Weil sie das Selbe immer wieder nur anders inszeniert. So einfach ist gut. Darum ist es auch so schwer.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:30

Berühmte Worte (16)

Nichts auf der Welt ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist.

Victor Marie Hugo, (1802 - 1885),

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:10

Gute Werbung hat große Vorbilder (2)

He is still the greatest. Teil 2 dieser Serie ist Ali gewidmet. Cassius Marcellus Clay. Der erste Mensch, für den ich mich um 4.00 Uhr nachts von meinem Vater habe wecken lassen. Schwebe wie ein Schmetterling, steche wie eine Biene. Archie Moore will be on the floor in round four. Sonny Listen werde ich wie einen Satelliten in den Weltraum schießen. Seine Gesten und sein unüberhörbares und unübersehbares Selbstbewußsein sind für immer in Stein gemeißelt. Er hat Bilder für die Ewigkeit um die Welt geschickt. Rumble in the Jungle. Seine Kämpfe waren Auftritte. Die Stärken-Strategie, die ich Kunden gegenüber vertrete, ist die Ali-Strategie. Bau immer auf deine Stärken auf.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Dienstag, 27. Juni 2006

markengesichter 10: andrea de carlo, worte

andrea de carlo bei focus online

Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 19:37

markengesichter 9: mark warnecke, wasser

mark warnecke bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 16:35

Neugeschäftstaktik (4)

Bitte empfehlen Sie uns weiter, wenn es Ihnen gefallen hat. Die Empfehlung ist die beste Eintrittskarte. Ermutigen Sie Ihre Kunden, Sie weiter zu empfehlen. Natürlich nur, wenn sie von Ihnen auch voll und ganz überzeugt sind. Ihre Kunden müssen es als ein Privileg empfinden, mit Ihnen arbeiten zu dürfen. Dann werden sie auch voller Stolz über Sie berichten.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 09:26

Der Commerzball rollt

Das Spiel ist tot, es lebe das Rollenspiel. Betreten wir keine Spielflächen mehr, sondern Werbeflächen. Der Ball ist rund und muss ins Fernsehen eckig. Schauspieler statt Fußballspieler. England gegen Equador. Haupttribüne, Reihe 5. Das ganze Spiel wird zur Farce. Posh Spice steht im Rampenlicht. Die Equadorianer sind nur die Indianer in einem Western. Die Fans sind zum Marketingvieh verkommen. Selbstdarsteller, wohin man schaut. Famous for 15 Minutes. Einmal im Fernsehen. Einmal in der Nähe von Becks. Das Spiel der Nebensächlichkeiten ist zum Mittelpunkt geworden. Das Spiel auf dem Platz ist schlecht. England spielt einen so schlechten Fußball, dass man ganz irritiert ist. Ein ganzes Spiel, das nur der Vermarktung der urspünglichen Idee von Fußball dient. "Come on England", brüllt unentwegt ein übergewichtiger Glatzkopf mit Ganzkörperbemalung.

Aber das Spiel lebt noch. Deutschland : Schweden. Ich kann es nicht fassen. Die Deutschen wachsen heran zu einem Land, das wieder Lust am Spiel hat. Gerade Deutschland. Das sich bis vor 3 Wochen zu jedem Sieg gekämpft, gequält, gegrätscht hat. Das mit Losglück und dem Fußballgott auf ihrer Seite dem eigentlichen Spiel immer ein gutes Stück ausgewichen ist. Und jetzt? Eine Mannschaft, die spielt. Und wie. Und alle anderen, fast alle anderen, betreten nur noch die grüne Marketingplattform.

Unfassbar. Was man alles machen kann, wenn man will. Danke für das Spiel am Samstag. Ich hätte sonst am Sonntag den Glauben und meine Liebe zum Spiel in Stuttgart gelassen. Und noch eins: Herr Beckham, spielt nicht nur unglaublich schlecht Fußball, er ist dabei auch noch ein unglaublicher Angeber. Und der Quatsch mit den ruhenden Bällen, den kann ich auch nicht mehr hören. Sogar Günter Netzer würde heute noch von 20 Freistößen ein paar mehr rein hauen als Becks. Und dieses Theater bei jedem Freistoß! Wer das Spiel liebt, muss dieses Getue einfach hassen. Er verhöhnt das Spiel. Er sollte Tabledancer in einer Schwulendisko werden. Da kann er sich seine Bälle so lang zurecht legen wie er will.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 09:24

Eine ganz neue Erfindung: Der Komplexantrieb

Der benzinbetriebene Ottomotor hat auf Sicht ausgedient. Die Wissenschaft brütet über alternativen Antriebslösungen. Rapsöl. Biogase. Gas. Strom. Wasserstoff. Müll. Fluxkompensator. Eigentlich kommt alles in Betracht, wohinter eine

Lobby steht. Nur eine Energiequelle hat noch niemand so recht berücksichtigt. Was mich wundert. Diejenige mit dem wohl größten Wirkungskreis und der wohl größten Wirkungskraft. Vor allem nicht nur regenerierbar, sonder sogar überreagierbar. Wenn man mal bedenkt, welche herausragenden Leistungen der Menschheit nur aus Komplexen heraus zustande gekommen sind. Das muss man doch in Antriebsenergie umsetzen können. Wenn man sich allein die Antriebsenergie von vielen Konzernen und Parteien ansieht. Von Popstars und Filmstars. Deshalb steht dem Komplexantrieb nichts mehr im Wege. Die Antriebsvarianten heißen:

Autos mit Kleinwuchsanantrieb.
Autos mit Stotterantrieb.
Autos mit Glatzenantrieb.
Autos mit Blödenantrieb.
Autos mit Sozialneidantrieb.
Autos mit ohne Abiturantrieb.
Autos mit mein Ding ist zu klein Antrieb?!?

Obwohl, die letzte Kategorie kann man knicken. Weil ohnehin Tempo 130 kommt. Und die schießen darüber weit hinaus. Ich glaube, ich geh morgen mal zum Patentamt rüber und lass mir das eintragen. Der Komplexmotor. Oder sollte ich ihn besser der große Christof Hintze Komplexmotor nennen? Oder der allergrößte Christof Hintze Komplexmotor ... ?

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:23
```

Berühmte Worte (15)

Die Idee des Meeres ist in einem Wassertropfen vereint.

Baruch de Spinoza, (1632 - 1677), eigentlich Benedictus d'Espinoza, holländischer Philosoph

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:00
```

Montag, 26. Juni 2006

markengesichter 8: dariusz michalczewski, punch

dariusz michalczewski bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Markengesichter um 18:08

markengesichtert 7: marla glen, soul

marla glen bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Human Marketing um 17:58

markengesichter 5: hans kueng, glauben

hans küng bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Human Marketing um 17:39

markengesichter 4: juergen feldmann, sex

juergen feldmann bei burda

Geschrieben von Peter von Felbert um 17:25

markengesichter 3: reinhold messner, berge

reinhold messner bei wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Human Marketing um 14:17

Der Arschlochverdacht Test

Man ahnt es. Man weiß es. Man hat keinen blassen Schimmer. Ist man vielleicht ein Arschloch? Oder der andere? Was gibt einem die letztendliche Sicherheit, richtig zu liegen. Was macht einen zum Arschloch? Diese und mehr Fragen beschäftigen alle, außer denen, die es betrifft. Also war es an der Zeit, den 10 Punkte Arschloch-Schnelltest ins Leben zu rufen:

1. Er/Sie kommt Ihnen vom ersten Moment an total unsympatisch rüber und durch Ihren Kopf schoss der Gedanke: "Was für ein Arschloch!"

2. Er/Sie ist total ignorant, arrogant, überheblich, selbstverliebt und – was am schlimmsten ist – extrem unhöflich.

3. Er/Sie ist im Umgang mit anderen Menschen unerträglich, behandelt alle wie den letzen Dreck.

4. Er/Sie kann überhaupt nicht zuhören, kann sich nichts merken, kann einem nicht in die Augen schauen.

5. Er/Sie kann sich nicht nur nicht entschuldigen, sondern bermerkt nicht mal, dass es einer Entschuldigung bedarf.

6. Er/Sie kann nicht mal Danke sagen.

7. Er/Sie ist immer nur auf seinen/ihren eigenen Vorteil aus.

8. Er/Sie ist rücksichtlos und glaubt, das sei clever.

9. Er/Sie muss sich immer durchsetzen, auch wenn er/sie offensichtlich im Unrecht ist.

10. Er/Sie gibt einem immer das Gefühl, alles genauer und besser zu wissen.

Sollten Sie diese 10 Arschlochmerkmale alle einer Person zuordnen können, besteht kein Zweifel:
100 % Übereinstimmung = Kategorie A: Riesen Arschloch.
50 % Übereinstimmung: = Kategorie B: Unheimliches Arschloch
bis zu 20% Übereinstimmung = Kategorie C: Einfaches Arschloch
Unter 10% Übereinstimmung = Kleines Arschloch

```
Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 09:32
```

Berühmte Worte (14)

Es ist ein weiter Weg von der Idee zur Tat.

Jean Baptiste Molière, (1622 - 1673)

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:30
```

Selektive Wahrnehmung

Du bist, wer du bist? Aber wer bist du eigentlich: Marke?

Ein weit verbreitetes Bild ist, dass man sich eine Marke einfach wie einen Mensch vorstellt. Man muss sich nur vorstellen können, welcher Typ von Mensch. Das Problem, das sich bei dieser Analogie stellt, ist: Wer stellt sich diese Person am richtigsten vor. Und ist diese Vorstellung denn auch die wirklich richtige?

Oft mache ich mir ein total subjetives Bild von einer Marke. Und dem Typ, den diese darstellt. Um so flüchtiger ich über die Wesensmerkmale hinwegstreife, um so besser ist mein Bild. Ich schau mir alles an, was mir so entgegen springt. Farben, Kontinuität, Formen, Fotoqualität, Typografie, Layout, Papierqualität, Konzept, Strukturen, Internet, Konsequenz, Zeilendurchschuss, Klang, Spationierung, Freiräume, Menge, Typogröße. Höflichkeit, Headline-Typo und Copy-Typo, Dichte, Konsistenz, Formate, Farbwelt, Headline-Stärke, Strategie, Text-Qualität, wo die Parklätze für Besucher sind, Standorte, ob ein Kleiderhaken auf der Toilette ist, Tonalität, wie es riecht, welcher Kaffee, ob die Fenster geputzt sind, die Toiletten, die Musik in der Warteschleife, Pünktlichkeit, Kugelschreiber und tausend Dinge mehr. Ich brauche dafür ca. 5 bis 10 Minuten. Um die nötigen Informationen emotional in mich auf zu nehmen. Bei Menschen dauert das nur 20 Sekunden, sagt man.

Dann habe ich diese Person, diese Markenperson vor mir. Persönlich. Ich kann sie nicht nur sehen, sondern hören und riechen. Die kann 55 Jahre alt, männlich, dick, mit Halbglatze sein. Oder 33 Jahre alt, blond, sportlich, mit einem sympathischen Lächeln. Die selektive Wahrnehmung, die man sich über nun fast 20 Jahre angeeignet hat, ist wie die eines Chefkochs, der alles rausschmecken kann. Der genau weiß, was fehlt. Oder die eines Dirigenten, der exakt hört, was nicht stimmt.

Selektive Wahrnehmeung kann aber auch ganz schön verrückt machen. Weil man sich Werbung oft nicht mehr ganzheitlich ansieht, sondern sofort in Atomteilchen, kleine Bestandteile zerlegt, um sich die Inhalte, die Machart und jeglichen Bestandteile zu erklären.

Aber die selektive Wahrnehmung unterstützt auch die jeweilige Zusammensetzung von Kommunikation. Die Verdichtung von Qaulität. Im Lauf der Zeit weiß, sieht, fühlt, empfindet man, ob es richtig gut ist oder noch weit entfernt davon. Die Beschaffenheit von Qualität, die Konsistenz der Dichte von Qualitäten ist allgegenwärtig.

Vieles davon sieht man nur selbst. Aber es ist trotzdem eines der schönsten Gefühle, wenn alles stimmt, zusammen passt und vor allem, wenn es seine Wirkung entfaltet.

Leider darf man nicht jedes Orchester dirigieren oder in jeder Küche in den Töpfen rühren. Das macht einen oft fast wahnsinnig. Denn es gibt soviel Schlechtes, was man so leicht viel besser machen könnte. Aber so ist das nun mal. Wenn man in eine Materie weiter vordringt als viele andere. Es verbindet nicht, es macht eher einsam. Weil man mit seiner Wahrnehmung oft allein ist. Siehst Du das? Hörst Du das? Wie oft hat man darauf ein "Was meinst Du?" gehört. So dass man tiefer und tiefer in die unerforschten Regionen der selektiven Wahrnehmung vordringt und dabei meistens bis immer allein ist. Schön ist es dann immer wieder, wenn jemand genau diese Qualitäten schätzt und vor allem fest stellt. Das ist eigentlich neben dem Machen das schönste Gefühl. Wenn man auf Gleichgesinnte trifft.

Ist Ihnen zum Beispiel mal aufgefallen, wie wichtig das Weglassen ist. Wie sehr man immer darauf bedacht sein muss, zu verzichten. In der Musik sind das Wichtigste die Pausen zwischen den Tönen. In der Malerei ist das nicht anders. In der Bildhauerei ohnehin. Das konsequente Weglassen von allem, was nicht dem Ziel dient, ist eigentlich das Schwerste.

Das ist wie Auto Packen für den Urlaub. Alles mitnehmen und 70 % davon nicht einmal berühren, kann jeder. Mit einem fast leeren Auto auf Reisen gehen und auf nichts verzichten zu müssen, alles bei sich zu haben, das ist es, worum es jeden Tag geht.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 09:29

Neugeschäftstaktik (3)

Mache immer ein guten Job und übe dich in Geduld. Man kann Kunden nicht zu irgend etwas zwingen, nur dazu, dass sie einen verlassen. Es gibt Zeiten, da kommen die Kunden wie von selbst. Und dann gibt es Zeiten, da geht das nicht. Ist schlauer und besser, alles diesem Wandel der Zeiten anzupassen. Als zu glauben, dass man erfolgreich gegen diesen Trend anschwimmen kann. Ein schöner Urlaub kann auch Regentage haben und ein schlechter kommt auch nur mit Sonne aus.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 09:28

markengesichter 2: dietrich mateschitz, red bull

dietrich mateschitz in wikipedia

Geschrieben von Peter von Felbert in Human Marketing um 00:32

markengesichter 1: ed meier, schuhe.

eduard meier im internet

Geschrieben von Peter von Felbert in Human Marketing um 00:27

Sonntag, 25. Juni 2006

deutschland. reiseroute

hier meine reiseroute fuer meine deutsche provinzreise. wer noch klasse orte hat, die man sehen muss, bitte ergaenzen:

+ elbsandstein gebirge/ dresden zwinger
+ sylt, halligen,
+ nürburgring
+ zeche zollverein
+ rheintal loreley
+ springstille
+ bodensee mainau / reichenau
+ usedom
+ weimar
+ helgoland
+ autostadt wolfsburg
+ woppenroth im hunsrueck drehort aus heimat
+ wittenberg
+ mosel weinanbau

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 17:47

romantik. sommer 2006

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 14:08

Samstag, 24. Juni 2006

deutschland. ein sommermärchen 8: olympiapark münchen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:39

deutschland. ein sommermärchen 7: olympiapark münchen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:34

deutschland. ein sommermärchen 6: podolski

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:30

Sie sucht Ihn: Die Kundensuche

Mit der Neukundensuche ist es ähnlich wie mit der Partnersuche. Für die erste Nacht verspricht man Vieles. Weil man sich Vieles davon verspricht. Aber wie geht es dann weiter? Ist der Jagdtrieb erst mal befriedigt, tritt die nüchterne Betrachtung ein. Ein Kunde. Der ruft an. Will Termine. Schreibt Mails. Feilscht um den Preis. Findet die falsche Idee toll. Und so weiter.

Wenn man eigentlich nur Sex will, darf man keine Partnerschaft erwarten. Dann sollte man so oft und viele Werbemittel- und Maßnahmen miteinander realisieren, bis die Lust abgeklungen ist, und dann auf zum nächsten Kunden. Diese One-Night-Stand-Variante nennt man dann Projekt-Agentur.

Wenn die großen Budget-Glocken läuten, werden nachts alle Kunden grau. Wenn dann noch ein Vertrag winkt, bricht die Agentur-Wahrnehmung völlig zusammmen. Jede objektive Betrachtung für eine Partnerschaft ist hinfällig in der Bewertung, wenn der Kunde mit solchen Kalibern winkt.

So sind die Kennenlernphasen von Agenturen und Kunden oft voll spontaner Leidenschaft und großer Versprechungen. Bis der neue Marketingleiter euch scheidet. In guten und besonders guten Zeiten. Aber das Bäumchen-wechsel-dich-Spielchen zeigt deutlich die Kehrseite der Medaille.

Aber wie trifft man den richtigen Partner? Vor allem, wo und wann? Das weiß leider niemand so genau. Aber die Chancen erhöhen sich, wenn man sich unter Gleichgesinnte begibt. Denn wenn jemand die selbe Musik liebt, die selben Filme, also moralisch, ethisch, kulturell eine große Übereinstimmung vorhanden ist, und auch sonst weit weg von der eigentlichen Arbeit eine große Übereinstimmung auf vielen Gebieten herrscht, dann steht einer glücklichen Partnerschaft, die nicht schnell zur Beziehungskiste verkommt, nichts im Wege.

Aber leider gibt es dafür keine Zeit. Keine Orte. Alles muss eben schnell gehen. Dann probieren wir doch einfach mal die nächste (Agentur) oder den nächsten (Kunden). Auf der Suche nach der wahren Partnerschaft. Das Üble an diesem Vorgehen ist, dass es in die falsche Richtung führt. Weg vom eigentlichen Ziel hin zur Partnerschaft-Wegwerf-Gesellschaft. Auch andere Städte haben hübsche Agenturen. Und die anderen Kunden sind auch nicht von schlechten Eltern.

Wer wirklich gute Kommunikation will, der muss nicht auf der Arbeit damit anfangen, sondern bei sich. Nur so kommen Gleichgesinnte zusammen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 13:01

Leider. Schade. Warum Sex nicht sells

Die Wirkung von Werbung wird gleichermaßen über- wie unterschätzt. So glauben einige, dass Kampagnen für einen großen Erfolg verantwortlich sind, dabei wäre der selbe Erfolg auch ohne Werbung zustande gekommen. Oder mit einer gänzlich anderen Kampagne. Kausale Zusammenhänge herzustellen, wo keine sind, ist eine der Kernkompetenzen von Werbeagenturen.

Das Selbe gilt auch für das Gegenteil. Wenn es echt schlecht läuft, ist natürlich die Werbung schuld. Was in den seltensten Fällen stimmt – und damit zu vernachlässigen ist.

In diese Reihe passen auch alle diese Pauschal-Statements, wie: Sex sells. Oder: Only bad news,are good news. Das ist alles Blödsinn. Denn es bezieht sich immer auf Zusammenhänge, die man so nicht 1:1 übesetzen darf und kann. Aber es gerne macht. Sex verkauft nicht. Nackte Frauen, erotische Posen, das Nachstellen oder Anspielen auf Sexualpraktiken erregt zwar die Aufmerksamkeit, verfehlt aber die Wirkung. Weil das Involvement nicht sinnvoll an den relevanten Kundennutzen gekoppelt ist. So gilt auch hier: Bei einem sowieso guten Markt oder Produkt ist die Werbebotschaft nebensächlich. Somit könnte man dem falschen Glauben verfallen, dass Sex sells. Obwohl auch eine Typokampagne zum selben Ergebnis geführt hätte.

Wenn Sex wirklich verkaufen würde, warum gibt es in der gesamten Geschichte der Werbung keine ausgezeichnete Kampagne, die das belegt. Weil es nicht funktioniert. In der Regel leben nur ein paar Spinner ihr verklemmte Sexualität in Form von Werbung aus. Das soll dann mutig sein.

Und bitte kommen sie mir nicht mit der Pirelli Kalender. Denn könnte jede Marke der Welt machen. Für jedes Produkt. Und das einzige was auf dem Kalender wirklich stört ist dieses Logo auf jeder Seite. Die verkaufen keinen Reifen mehr oder weniger wegen dem Kalender. Aber sie erfüllen ein paar schlüpfrige Träume.

Somit bleibt fest zu stellen. Wer glaubt das Sex sells, der sollte es mal ohne versuchen. Und dann soll er mit der selben vehements behaupten, dass sex nicht sells. So einfach ist das.

Trotzdem. Bevor sie schlechte Werbung machen. Dann doch lieber mit echten Granaten. Sex sells zwar nicht, aber bevor man üble Werbung sehen muss, dann leiber schöne Frauen. Bringt zwar nichts, aber ist schöner für die Umwelt. Wenn sie verstehen was ich meine. Und auch mal an die Frauen denken.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 12:59

Freitag, 23. Juni 2006

Imagination

Es gibt Momente im Leben, in denen befürchtet man viel zu viel. Das Risko, ist es noch so klein, nimmt überhand. Es sind vor allem Momente von persönlich großer Bedeutung, die man nicht im Griff hat. Nicht kontrollieren kann. Wenn die Angst zu einer unkontrollierten Kettenreaktion auszuarten droht. Dann projeziere ich Bilder auf meine innere Leinwand. Bilder von großer innerer Ruhe. Augenblicke, die so schön waren, dass sie es wert waren, in der eigenen Galerie der Glücksmomente zu hängen. Ein solches Bild habe ich eingefangen. Als die Geburt unserer Zwillinge in die entscheidene Phase kam, habe ich dieses, genau dieses Bild mit meiner Freau geteilt. Und alle Angst war wie weg geblasen. Und die völlige Zuversicht trat ein. Das ist die Kraft der Imagination. Und alle sind gesund und munter. Und nichts hat diesen erhabenen und zugleich seltenen Moment gestört. Weil wir dieses Bild gemeinsam vor unseren Augen hatten.

Manchmal ist es auch außerhalb des Jobs eine große Hilfe, viele Bilder im Kopf zu haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 13:57

Gute Werbung hat große Vorbilder (1)

Es sind die mächtigen Bilder in unseren Köpfen, die uns nie mehr los lassen und so beeindrucken. Das sind genau die Bilder, die süchtig auf gute Kommunikation machen. Mich, auf jeden Fall, haben sie das.

Wie Willy Brand beim Kniefall im Warschauer Ghetto. Der "Entschuldigung" sagt, ohne "Entschuldigung" zu sagen. Diese in den Köpfen ausgelöste Entschuldigung hat viel mehr bewirkt als tausende Beschwichtigungen. Es läuft mir immer noch kalt den Rücken hinunter, wie man mit so wenig so viel aussagen und vor allem bewirken kann. Noch heute hoffe ich, er hat das intuitiv gemacht. Und kein PR-Berater hat gesagt: Willy, ich hab da eine super Idee für das Ghetto nächste Woche.

Noch heute hoffe ich. In dem Augenblick, in dem er vor das Mahnmal trat, bekam er zum einen weiche Knie. Und die größe der Greultaten drückte ihn sanft und voller Demut auf die Knie. Was soll man auch sagen, wenn man eigentlich nichts mehr sagen kann. Das ist eine der Gesten, die mich für einen Moment sehr stolz gemacht haben, dass ich aus dem selben Land komme wie dieser Mann, der so würdevoll und großartig um Entschuldigung nicht für sich, sondern für uns alle gebeten hat. Dafür zolle ich ihm noch heute meinen Dank.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 10:29

Mein erster Amerikaner war weiß

Es ist schon witzig, was sich oft hinter Wörtern für unterschiedliche Assoziationen auftreiben lassen: Hamburger, Nürnberger, Frankfurter, Pariser.... Auf meinen ersten echten Amerikaner in weiß bin ich so 1972 gestoßen. Danach bin ich auch einem in Schwarz begegnet. Ich hatte die Amerikaner von Anfang an zum Fressen gern. Aber wenn man sich zu viele Amerikaner reinzieht, kann einem echt schlecht von denen werden.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 10:22

Berühmte Worte (13)

Erfahrung ist immer die Parodie auf die Idee.

Johann Wolfgang von Goethe (1749 - 1832)

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 10:21

Danke Queen

Auch ich war stolzer Besitzer der Queen-Schallplatte mit dem unsinnigen Namen "Jazz". Auf welcher der Song "Bicycle" war. Hinter den Text bin ich bis heute nicht gestiegen. Was sonst noch drauf war, weiß ich nicht. Ich glaube, ich habe die Scheibe nie wirklich gehört. Denn bei dieser Schallplatte war es nicht so entscheidend, was drauf war, sondern was drin war. Denn in der Schallplatte war ein Poster. Ein besonderes. Ein anderes. Kein aufregendes, sondern mal ein anregendes. Und daran erinnere ich mich noch heute, als ob es gestern war. Unzählige nackte und gut aussehende Frauen waren da zu sehen. Die standen da so rum mit ihren Rennrädern. Irgendwo. War auch egal.

Zu dieser Zeit gab es nur 3 Fernsehsender. Von Tutti Frutti noch keine Spur. Blicke auf weiblich unverhüllte Körper gelangen einem nur sehr schwer. Manchmal gab ist in den Frauen-Zeitschriften meiner Mutter wie Brigitte, Petra usw. so etwas wie Bademoden, Dessous oder Körpercremewerbung. Sobald es aber nackt wurde, waren die Bilder oft verschwindend klein.

Nicht bei diesem Poster. Das war groß und zum Ausklappen. Und man konnte es gut verstecken. In der Plattenhülle. Ich denke, da ist es heute noch. Wenn ich nur wüsste, wo ich die Schallplatten hin getan habe. Warum ich das alles erzähle? Man muss sich erinnern können an alles und vieles bis ins Detail. Denn wer sich erinnern kann, der kann auch in die Zukunft lenken. Glaube ich. Menschen ohne Erinnerung an ihre Vergangenheit sind mir unheimlich. Die könnten was Wesentliches auf dem Weg in die Zukunft vergessen. Das glaube ich nicht nur, ich bin mir sogar sicher, dass dem so ist.

Viele Menschen verdrängen die Vergangenheit, oder leben so sehr in ihr, dass sie im Heute noch nicht angekommen sind und nie ankommen werden. Mir ist die Erinnerung wichtig. Die hilft mir beim farbenreichen Ausmalen meiner Gedanken. Und dieses Poster ist so eine Erinnerung. Die ist da, die habe ich nicht vergessen. Sie ist mir nicht peinlich. Ich bin glücklich, dass ich diese Erinnerung und die Millionen mehr habe. Und wie in diesem Moment, blättere ich oft im Album meiner Erinnerungen. Entweder um mich zu amüsieren, oder um mir klar zu werden über etwas.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 10:20

Neugeschäftstaktik (2)

Fast alle Kunden entspringen Kunden. Und alle Neukunden somit den Bestandskunden. Jede noch so namhafte Agentur hat sich in der Regel in der Stunde Null mit einem oder mehreren Kunden aus der alten Agentur der Agenturgründer selbstständig gemacht. Und so beginnt das System. Kunden bringen Kunden. Und manchmal bringt jemand einen Kunden mit. Alles andere ist Tanzen auf den falschen Hochzeiten.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 10:15

Ich nehme mir viel zu viel Zeit

Egal, mit wem ich ins Gespräch komme. Ich nehme mir offensichtlich immer viel zu viel Zeit. Ob an der Kasse im Supermarkt, wenn man bemerkt, dass die Verkäuferin eine neue Frisur hat. Ob an der Tankstelle, wenn man mit dem türkischen Kassierer über Fußball redet. Überall. Überall treffen mich sofort die strafenden Blicke meiner Umwelt. Sogar den Personen an sich, scheint diese Qualität der Aufmerksamkeit oft zu viel zu sein. An der Waschstraße bin ich mit einem Kroaten ins Gespräch gekommen, wie man Felgen am besten sauber bekommt. Wir haben uns ein wenig verquasselt, was umgehend zu einem Hupkonzert geführt hat. Zur Strafe hat er mein Auto extra lange und genau eingesprüht. Zu meiner Freude und zum Leid der anderen. Ob am Telefon. Wenn Kunden mich anrufen. Auf der Straße, wenn ich einen Nachbarn treffe. Ich nehme mir für Menschen viel zu viel Zeit.

Für die Arbeit nicht. Da seh ich meine Aufgaben sportlich. Es gilt, so schnell so gut wie möglich zu sein. Diesen Wettbewerb führe ich aber nur mit selbst. Eventuell bleibt mir deshalb zu viel Zeit für andere. Die sind immer beschäftigz, auf dem Sprung, haben nur eine Minute, sind auf dem Weg zu.

Früher hat man sich spontan getroffen. Es klingelte an der Tür, oder man versackte im Cafe. Heute verabredet man sich 10 mal, sich ganz spontan zu treffen. Was selten gelingt. Alle anderen haben immer so viel zu tun. Das beeindruckt

mich sehr. Denn ich habe leider und offensichtlich nicht so viel zu tun. Deshalb sollte ich die Leute eigentlich nicht von ihrem Handeln abhalten oder sogar aufhalten. Wenn ich mal wieder viel zu tun habe. Dann verhalte ich mich sicher ähnlich. Obwohl? Eigentlich habe ich mir immer zu viel Zeit für alle genommen. Nur nicht für die Arbeit.

Sicherlich liegt hier auch einer der vielen Gründe begraben, warum andere so viel mehr Geld verdienen wie ich. Bei dem was die Reinhauen, wäre es ja auch übel wenn es nicht so wäre. Obwohl? Eigentlich klagen alle immer darüber, dass so wenig dabei raus springt.

Egal, ich werde versuchen mich ein wenig zurück zu halten. Das wünsche ich mir ja auch auf der Autobahn. Von den chronischen Links-Fahreren. Nun fahr schon rüber.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 10:10
```

einfache frage: warum lebst du in deutschland

eigentlich zwei fragen: warum lebst du in deutschland, und was ist dein lieblingsort in deutschland, also warum lebst du innerhalb deutschlands da wo du lebst? der hintergrund: ich moechte in diesem sommer die deutsche provinz bereisen und fotografieren, und stelle mir selbst diese beiden fragen. fuer kommentare und beantwortung der beiden fragen waere ich sehr dankbar.

```
Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 02:35
```

Donnerstag, 22. Juni 2006

deutschland, ein sommermärchen 6: ostseestrand bei pelzerhaken

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 21:19

deutschland. ein sommermärchen 5: rhein-herne-kanal bei essen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 18:52

deutschland. ein sommermärchen 4: walchensee

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 18:46

deutschland. ein sommermärchen 3: münchen englischer garten

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 18:36

deutschland. ein sommermärchen 2: der rhein bei duisburg

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 18:33

deutschland, ein sommermärchen 1: kreidefelsen auf ruegen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 18:27

Der Sinn des Lebens (Teil1)

Jeder Gedanke darüber könnte einer zu viel sein.

Trotzdem verfolgt mich diese Frage. Wie blöd? Denn den Mensch unterscheidet vom Tier offensichtlich, dass er ein Bewußtsein hat. Sich also sein Handeln und Denken bewußt machen kann. Im Gegensatz zu Tieren!? Glauben wir. Deshalb überlegen wir bis zum letzten Atemzug: Was soll das? Anstatt es den Tieren nach zu machen und anstatt dem ewigen Sinn-Fragen das Fressen, die Fortpflanzung, das Jagen und das lange Schlafen vorzuziehen. Und vor allem alles im Einklang mit der Natur. Es kommt, wie es kommt.

Nein, wir sitzen mit schwarzen Rollkragenpullovern in Kneipen, rauchen eine nach der anderen und schütten ein Bier nach dem anderen in uns rein. Stopfen Dinge in uns rein, die man nicht mal im Restmüll entsorgen darf. Vom Stress des Tages noch ganz angefressen. Die Beziehung in Schieflage. Den einzigen Freund vor Monaten das letze Mal gesprochen. Den Vater vor den Kopf gestoßen. Die Gesundheit so la la. Fragen wir uns, was soll das Ganze? Wo ist der Sinn, die Verbindung. Das kann doch nicht alles umsonst gewesen sein. Wir vergeuden Zeit vorm Fernseher, im Stau, auf der Suche nach dem Sinn des Lebens. Wie arbeiten uns zu Tode. Wir fressen uns tot. Wir saufen uns tot. Und rauchen uns tot. Wir fahren uns tot. Oder fallen vom Himmel und sind tot. Alles machen wir bewußt, auf der Suche nach dem Sinn des Lebens. Behaupten wir. Wir schießen uns sogar tot für den besseren Sinn des Lebens.

Eventuell ist der Mensch nur mit einer Beta-Version Bewußtsein ausgestattet und die Rest-Natur mit der serienfähigen.

Und die ist längst dahinter gekommen. In dem Wort Leben versteckt sich ganz unscheinbar das Wörtchen "eben". Damit könnte der Moment gemeint sein. Genieße den Moment.

Da war wieder einer. Und da. Und...

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 14:12

Das Käfer-Prinzip

Der VW Käfer hatte nichts. Aber auch gar nichts. Im Verhältnis zu Automobilen der Neuzeit. Muss ich feststellen. Dass der VW Käfer, Baujahr 1972, nichts hatte. Gar nichts. Nicht drin. Nichts dran. Und Zubehör gab es auch nicht. Die Summe der Teile die deckungsgleich sind mit heutigen Autos ist nicht größer als eine Handvoll. Aber trotzdem kostete er Geld. An alles, worüber wir uns heute beim Kauf eines PKWs Gedanken machen, war überhaupt nicht zu denken. Auch auf die Gefahr, mich zu wiederholen: Der Käfer hatte nichts.

Und wir sprechen gerade über das erfolgreichste Auto der Welt. Millionen VW Käfer sind 100 Millionen mal um den gesamten Erdball gefahren. Oder 20 Jahre zu Edeka, zum Schwimmbad, zum Fußballlplatz, zur Uni, in Urlaub und zur Tanke und zurück.

Millionenfach sind im Käfer die ersten grobschlächtigen sexuellen, unbedachten Übegriffe stümperhaft vollzogen worden. Liegt vielleicht hier ein Ansatz für die Geburtenentwicklung. Ist der Käfer eventuell schuld, dass viel mehr als fummeln man nur als gefährlich bezeichnen kann. Nein, sicher nicht.

Das Käfer-Prinzip ist beeindruckend, überzeugend und hoch wirksam bis heute. Es lautet: Mach das, wofür du da bist, und zwar so lange, bis du auseinander fällst. Geh dabei nicht kaputt und, wenn, dann so, dass es nichts kostet oder man es selbst erledigen kann. Mach deinem Besitzer Freude. Weil du anspruchslos bist und man mit dir Pferde stehlen kann. Sei wie ein Freund. Immer da, wenn man dich braucht. Sei unkompliziert. Geradlinig. Und vor allem schnörkellos. Bläh dich nicht auf. Und – vor allem – sei immer eins: Zuverlässig. In dem, was du können solltest. Fahren.

Dieses Käfer-Prinzip ist mit Blick auf mein Handy oder den Touchscreen meines Ceranfelds einigen völlig abhanden gekommen. Das hat man davon, wenn man auf der Rückbank eines Opel Commodore oder Ford Granada groß werden muss. Der Primärnutzen bleibt der Primärnutzen. Und wenn man mit Autos nicht mehr fahren kann und mit Telefonen nicht mehr telefonieren, dann läuft hier was falsch.

Ich würde da mal eine Käfer-Kur empfehlen. Alle Entscheider sollten mal 3 Monate lang Käfer fahren. Danach sieht die Welt gleich wieder anders aus. Ist vom Kopf zurück auf die Füße gestellt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 09:16

Mit fünf Mark sind Sie dabei

Wer erinnert sich noch? Als man versuchte, immer den 5-Mark-Schein schnell wieder los zu werden. Denn der sollte bekanntlich Unglück bringen. Bloß kein 5 Mark Schein im Portemonnai, denn dem sagte man nach, dass ihm kein weiteres Geld folgen würde. Man hatte unweigerlich die Seuche an den Fingern kleben.

Was man vom legendären Heiermann, dem 5 Mark Stück, nicht sagen konnte. Denn immerhin stand der Pate für das Glück an sich, in der Fernsehlotterie: Mit fünf Mark sind Sie dabei.

Wer erinnert sich noch? Als man versuchte, immer den 5-Mark-Schein schnell wieder los zu werden. Denn der sollte bekanntlich Unglück bringen. Bloß kein 5 Mark Schein im Portemonnai, denn dem sagte man nach, dass ihm kein weiteres Geld folgen würde. Man hatte unweigerlich die Seuche an den Fingern kleben.

Was man vom legendären Heiermann, dem 5 Mark Stück, nicht sagen konnte. Denn immerhin stand der Pate für das Glück an sich, in der Fernsehlotterie: Mit fünf Mark sind Sie dabei.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 09:15

Werbegeschichten – Pudelmütze

Es war einmal ein Kunde. Der saß in Saabrücken. Und hieß Peugeot. So trug es sich zu, es muss so Mitte der 90er gewesen sein, dass eine ungewöhnliche Präsentation seinen Lauf nahm. Ulli, der Berater, legte damals großen Wert darauf, dass alle erdenklichen Werbemittel und Maßnahmen bis ins Detail ausgetüftelt wurden. Und auf Pappe geklebt wurden. Der Kreative Christof fand das überflüssig – bis ablenkend. Denn der Kunde kann sich bei der Menge an Material nicht auf die Idee konzentrieren. Und für den Fall, dass er diese schlecht findet, wird diese auf der 70. Pappe nicht besser. Ulli war wie immer nicht zu überreden. So wurde jedes Werbemittelchen auf Pappe gezogen und das bis in die frühen Morgenstunden.

Das ärgerte Christof so sehr, dass er eine Wette machte mit Ulli. Dass er, Christof, die ganze Präsentation mit einer Pudelmütze machen würde (es war Spätsommer). Und dass niemand in der Runde Fragen würde, warum. Es ging um eine Flasche Champagner (hört, hört, so war das früher in der Werbung). Damit wollte er beweisen, dass es nicht um die Aufmerksamkeit geht, sondern um die Wirkung. Und wenn man zuviel oder das falsche Involvement präsentiert, man das eigentliche Ziel unweigerlich verfehlen wird. Denn alle werden sich immer an die Präsentation mit der Pudelmütze erinnern, aber nicht daran, was eigentlich präsentiert wurde. So kann man mit einer Idee sehr viel mehr bewirken als mit 1000 Pappen.

So geschah es, dass Christof in Anzug und Krawatte und Pudelmütze vor dem Kunden stand. Der die ganze Präsentation lang nur auf die Mütze starrte. Sich aber bis zum Schluss nicht traute, zu fragen, was das soll. So lüftete Christof ganz am Schluss der Präsentation das Geheimnis. Mit dem Ziel, dass zukünftige Präsentationen sich ausschließlioch auf die Idee konzentrieren sollten. Der Kunde fand das eine tolle Idee. Ulli nicht. Und so blieb – nach kurzer Zeit – alles beim Alten.

Abert einen Versuch war es wert. Und die Präsentation mit der Mütze hat ihre Wirkung nicht ganz verfehlt. Die Moral von der Geschichte lautet: Auch die besten Argumente helfen nichts, wenn jemand andere Interessen verfolgt als man selbst. Da muss man dann in letzter Konsequenz bereit sein, entweder die Mütze zu nehmen oder die Interessen des anderen mit zu tragen.

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 09:15

Berühmte Worte (12)

Jeder Mensch mit einer neuen Idee ist ein Spinner, bis die Idee Erfolg hat.

Mark Twain, (1835 - 1910), eigentlich Samuel Langhorne Clemens, US-amerikanischer Erzähler und Satiriker

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:00

Mittwoch, 21. Juni 2006

Statistisch gesehen ...

... sterben wir genau seit 1972 aus. Das Statistische Bundesamt weiß das schon lange. Und es wird jedes Jahr auf neu veröffentlicht. Somit hat es sage und schreibe 34 Jahre gedauert, um aus dieser Entwcklung etwas abzulesen, was man populistisch ausschlachten kann.

Nach 34 Jahren entdeckt jemand, dass wir weniger werden. Dass wir aussterben. So ist das mit Wirklichkeit und Wahrheit, es ist die Frage, was die Medien und die Politik daraus machen. Und am Rande bemerkt, wir werden leider nicht aussterben. Denn keine Statistik verläuft auf Dauer linear. Weil keine Entwicklung linear verläuft. Sonst wäre es ja keine Entwicklung, sondern eine Nichtwicklung.

Aber auch das machen sich die Medien und die Politik zu eigen. Als ob da so Schlaumeier sitzen und denen nach 34 Jahren auffällt, du Angela, wir werden weniger. Wie wenig? Na, es sterben mehr Deutsche als geboren weden. Und? Na ja, könnte da die Emanzipation schuld dran sein? Diese jungen Dinger, die sich keine Kinder mehr machen lassen wollen. Und überhaupt, ist alles schuld daran. Ja, das ist ja ein Ding. Das müssen wir doch den Menschen sagen.

Ja, dann machen wir das doch. So in etwa: Die Deutschen sterben aus, die Ausländer werden in 50 Jahren in der Überzahl sein. So 80 : 20. Das klingt doch schön schlecht. Das machen wir.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 18:19

Glück

Das ewige Bestreben des Menschen, immer etwas Dauerhaftes aus Dingen zu machen, die dazu gar nicht geeignet sind, hat dazu geführt, dass das Glück instrumentalisiert wurde. Ewiges Glück ist dem vorbehalten, der stinkreich ist. Glück kann man sogar kaufen. Es ist im Verhältnis zur versprochenen Wirkung extrem billig. Theoretisch kann man mit 1 € hier und da um 15.000.000 € Glück reicher werden. Das muss bis zum Lebensende reichen. So viel Glück kann man also haben.

Kein Glück heißt kein Geld. Wer kein Geld hat oder an keins kommt, hat echt Pech. Und somit kein Glück. Also, versuchen wir es immer wieder und fordern das Glück heraus. Sogar bei der Vergabe von WM Tickets haben wir uns auf das Glück verlassen.

Dabei ist Glück etwas völlig anderes. Es ist wie Liebe, nichts Dauerhaftes. Es ist ein Gefühl, von dem wir nicht mal genau wissen, wann es das entsprechende ist. Sondern wir empfinden das individuell völlig unterschiedlich. Wenn kein Geld aber Unglück sein soll: Warum sind Brasilien, Mexiko und Argentinien so glücklich? Die haben alle überhaupt kein Glück. Die Glücksformel in der modernen Zeit hat eine sehr ungesunde Form angenommen. Da waren die alten Griechen mal wieder viel weiter. Bei denen gab es die Form des materiellen Glücks gar nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 18:18

Favorite Art – Salvatore Dali

Dieses Bild ist sehr groß und beeindruckend. Es hängt in der Stiftung Ludwig in Köln. Da hat es eine ganze Wand für sich. Was dieses Bild auch benötigt. Mich persönlich hat die malerische Akribie beeindruckt. Die Qualität des Handwerks. Dali hat so unglaublich viel gemalt und die Bild sind handwerklich so präzise. Die Geschichte zu dem Bild ist so verrückt wie Dali selbst. Es geht mal wieder darum, dass er vermutet, dass sich unter dem Bahnhof von Perpignian der Mittelpunkt der Erde verbirgt. Wo sonst?

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 18:17

königsplatz. kaum vorstellbar

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 12:46

Wunderbare Welt der Logos (3)

Das musste ja so kommen. Ich kann meine Agentur nicht note nennen, ohne die Geburtsstätte zu vergöttern. Jazz, eine meiner weiteren großen Lieben, habe ich hier und so verewigt. Denn in meiner Erninnerung holt mein Vater noch immer mit gespreizten Fingern die Schallplatte aus der Hülle und legt sie sorgsam auf den Plattenteller. Geht mit einem Reinigungstuch vorsichtig über das Vinyl. Und bevor sich die Nadel senkt, wird noch einmal kurz gepustet. Und immer starre ich bei diesem Ritaul interessiert die Vorder- und dann die Rückseite des jeweiligen Covers an. Und was hängen geblieben ist, bis heute, ist das:

Das erste Logo, das in meinen Ohren auch wunderbar klingt.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 10:00

Werbegeschichten - Größe macht blind

Vor langer, langer Zeit fing mein Vater an, bei einer kleinen japanischen Firma zu arbeiten. Damals musste ich jedem noch erklären, wer das war und was die machen. Ein paar Jahre später hatte sich das grundlegend geändert. Die hatten gerade in Köln Ossendorf über Lack Schmitz (Malereibedarf) ihre Büroräume bezogen. Sony. Von dieser Firma ging eine unglaubliche Energie aus. Die Entwicklungen überschlugen sich geradezu. Und schon bald konnte ebenfalls in Köln Ossendorf ein richtiges Bürogebäude bezogen werden.

Zu jener Zeit trug es sich zu, dass der Chef, Herr Akio Morita, eine Idee hatte. Eigentlich war es nicht so richtig seine. Sondern er hatte nur den Wunsch eines Freundes erfüllt. Der hieß Leonard Bernstein. Und wünschte sich, überall Musik hören zu können. Gesagt getan. Schuf Herr Morita den Walkman. Von der eigenen Idee beseelt stellt er diese seinen ganze Marketingprofis vor. Die kamen aus der ganzen Welt.

Und die Begeisterung für den Walkman konnten diese überhaupt nicht teilen. Zu gefährlich. Zu kompliziert. Zu umständlich. Fanden die Top-Verdiener und Top-Entscheider die Idee. Herr Morita setzte sich trotzdem durch. Manchmal ist es nicht schlecht, der Chef von dem Ganzen zu sein.

Die Erfolgsgeschichte kennt nun jeder. Aber wie es nicht weiter ging. Das hat es in sich. Die Top-Verdiener und die Top-Entscheider haben nach dem Tod von Akio Morita einige unwesentliche Entwicklungen nicht nur nicht gesehen, sondern geradezu ignoriert. Man war ja Sony. Das allein genügt, um aus jeder Fernbedienung eine Innovation zu machen. Um Märkte zu beherrschen.

Aber es kommt auch in der Industrie immer anders, als man denkt. So hat man den Computermarkt verpasst, aber auf den Musikmarkt gesetzt (was sie teuer zu stehen kommen sollte). So hat man den Handymarkt verpasst (obwohl alle auf den Talkman warten – bis heute!). Aber auf den Filmmarkt gesetzt (was sie teuer zu stehen kommen sollte.) So hat man den Flachbildschirmmarkt verpasst. Den Plasmatronmarkt. Und auch den MP3-Player-Markt. Und ...

Aber man hat gegen den Willen des Konsumenten ihm einen Memorystick aufs Auge drücke wollen. Ein Mini Disc System und einiges anderes (was sie alles teuer zu stehen kam).

Das Ende der Gesichichte ist kurz erzählt. Sony ist heute ein Sanierungsfall. Wer hätte das je gedacht, der mal stolzer Besitzer eines Sony Walkman war.

Für alle, die sich darunter nichts mehr vorstellen können, so sah er aus, und das Gefühl war, als ob man einen iPod besitzen würde. Eine der begehrtesten Marken der 80er und 90er verschwindet in den Paletten des Mediamarkts. Womit? Mit Recht!

Hochmut kommt eben auch hier vor dem Fall.

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 09:56

Konfuzion sagt... (8)

Der Perfektionist ist am Ergebnis nicht wirklich interessiert, sondern er fürchtet dieses sogar.

In Marketingdeutsch übesetzt: Lieber eine gute Idee heute umsetzen, als auf eine perfekte bis Morgen warten.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:55

Lieblingsplätze in München: Der Königsplatz

Hier atmet man sehr weiträumig und luftig viel Geschichte. Am schönsten ist es hier bei Sonnenuntergang. Einfach auf die Treppen setzen und den Platz genießen.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 09:54

Berühmte Worte (11)

Mich wundert immer, dass Herrscher nie probieren, ob ein Autor, der große Ideen präsentierte, fähig ist, diese in die Tat umzusetzen. Das kommt vermutlich daher, dass Herrscher keine Zeit haben, etwas zu lesen.

Luc de Clapiers Vauvenargues, (1715 - 1747), Marquis de, französischer Philosoph, Moralist und Schriftsteller

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:47

patriotismus

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 00:18

skateboarder. dogtown sommer 2003

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 00:13

Dienstag, 20. Juni 2006

Favorite Art – Pieter Bruegel

Das Bild, das über ein Buch zu mir kam. Die Epoche war mir weitest gehend unbekannt. Bis ich dieses Buch gelesen habe: Die Elster auf dem Galgen. Dieser historische Roman präsentierte mir die Kunst seiner Zeit auf einem silbernen Tablett. Die Neugierde und die Faszination eroberten diesen Künstler und sein atmenberaubendes Lebenswerk. Somit muss ich mich heute noch für die Buchempfehlung bedanken. Sonst wäre mir diese Epoche sicher bis auf weiteres verschlossen geblieben.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 09:37

Konfuzion sagt... (7)

Das Selbe aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachten zu können, bewahrt davor, alles immer nur im selben Licht zu sehen.

In Marketingdeutsch übesetzt: Die meisten Fehlentwicklungen im Marketing beruhen auf der Tatsache, dass jemand auf dem rechten Auge blind war.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:31

Ein Pirat war der Clown

Die besten Geschichten schreibt bekanntlich das Leben. So auch diese. Als ich ein kleiner Junge war, mit 6 Jahren und in der ersten Klasse der Grundschule in Osterrath bei Düsseldorf, da war mein sehnlichster Wunsch, zu Karneval ein Pirat zu sein. Nicht ohne Grund, denn mein Lieblingsfilm war der "Rote Kosar" mit Burt Lancaster. Alle wollte Indianer und Cowboy sein, aber ich wollte Pirat sein.

Meine Mutter hingegen führte gänzlich Anderes im Schilde. Voller Freude präsentierte sie mir ihr selbst genähtes Clown-Kostüm für mich. Wenn jemand sich noch fragt wie ein Trauma entsteht, das ist ein sehr schönes Beispiel. Natürlich wollte meine Mutter nur mein Bestes. Aber als Clown in die Schule? Alle waren bemüht, so cool zu sein wie es nur geht. Und dann das. Wie wenig Ahnung hatte meine Mutter vom Leben ihrer Kinder? Ich konnte nicht Nein sagen. Meine Mutter war so stolz. Ich wollte, aber ich konnte nicht.

So trug es sich zu, dass ich zu Karneval im Clown-Kostüm in die Schule musste. Was dazu führte, dass ein kleiner Junge, dem die Clown-Schminke das Gesicht verschmierte, den ganzen Vormittag regungslos auf einer Bank in der Schulaula verharrte. Und weinte. Bis das Drama endlich vorüber war, und er zurück nach Hause durfte. Alle sprangen herum, nur einer nicht. Der kleine weinende Clown. Meine Geschwister, meine Freunde nahmen zwar Kenntnis davon, aber sie waren selbst zu beschäftigt, um mich aus dieser misslichen Lage befreien zu können.

So heulte ich mich kraftlos, hoffungslos und willenlos nach Hause. Doch glaubt mir – ich würde die Geschichte nicht erzählen, wenn euch nicht ein Happy-End erwarten würde. Zu Hause angekommen, ging ich geradewegs in die Küche und holte ein großes Küchenmesser aus der Schublade, um damit ... Blödsinn.

Zu Hause angekommen, standen da mein Vater und meine Mutter. Mein Vater hatte schleunigst ein Schwert aus Holz gebastelt und mir eine Piratenpistole gekauft (und Pistolen waren total verboten bei uns zu Hause, alles Pazifisten durch und durch). Meine Mutter hatte ein Kopftuch und eine Augenklappe und eine abgeschnitene Jeans mit Fransen und einem Schwarz-Rot gestreifen Piraten T-Shirt. Sie hatten alles, um einen kleinen Jungen zum einen glücklich zu machen und nicht in so einer frühen Phase des Lebens schon verzweifeln zu lassen.

Was hat das alles mit Marketing zu tun? Ganz einfach. Bitte machen Sie aus Marken keinen Clown, wenn darin ein Pirat steckt. Der bereit ist, Welten zu erobern. Herzen für sich zu entflammen. Am Besten schaut ihr alle noch mal den "Roten Kosar". Dann versteht ihr, was ich meine.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 09:30

Samba

Samba war nicht immer nur Musik. Für eine ganze Generation war es der einzige Fußballschuh, um auf dem Ascheplatz spielen zu können.

In der 70ern und 80ern spielte sich ein Großteil der Fußballwelt in Deutschland, vor allem in den Kreisliegen, noch auf dem harten Platz der Tatsachen ab. Dem Ascheplatz. Mit Stollenschuh lief man sich da nur Blasen. Deshalb war der Samba genau das Richtige. Obwohl das Fußballspiel auf der Asche alles andere als nach Samba anmutete, sondern eher nach dem Gegenteil aussah. Denn das Resultat eines umkämpften Spiels waren oft häßliche Schürfwunden, auch Pfannekuchen genannt. Da hatte man noch die ganze Woche Spaß dran, in der engen Jeans.

Es war der erste Sportschuh in meiner Erinnerung, der einen immer begleitete. In die Schule, nach der Schule, auf dem Bolzplatz, zum Training und sonntags um 11.00 Uhr zum Spiel. Denn man konnte überall mit ihm gehen, sitzen, stehen und natürlich Fußball spielen, außer auf Rasen. Da musste es zu dieser Zeit der Beckenbauer mit Schraubstollen sein und mit der langen Zunge.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 09:29

Berühmte Worte (10)

Kluge Köpfe sprechen über Ideen, mittelmäßige über Vorgänge und schwache über andere Leute.

Aus den USA

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:26

Neugeschäftstaktik (1)

Die Kunden, die du bestellst, könntest du, wenn es übel läuft, alle bekommen. Also bestelle nicht wahllos nur Budgets und Namen, sondern genau das, was du willst. Und jammer nachher nicht herum, das hätte dir vorher keiner gesagt.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 09:26

Montag, 19. Juni 2006

Deutschlandreise – Was es ist, wissen wir, aber wo? Teil 2

Warstein. Einer der wenigen Orte, die musikalisch in unserem Stammhirn vertont sind: Also sprach Zarathustra. Der Erfolg dieses Ortes soll ihm zu Kopf gestiegen sein. Sagt man ihm nach. Der Erfog des kühlen Nass konnte nicht mit rechten Dingen zu gehen. Das Bayern München unter den goldenen Wässern. Obwohl Warstein, der Erfinder des Premiums ist. Einer besonderen Güteklasse in der Konformität des Reinheitsgebots. Und aus der Gleichmacherei plötzlich ausscherte und herausragte wie das Matterhorn aus der Schweiz. Wie gemein, dachte die Konkurrenz, und setzt seitdem Gerüchte in die Welt. Was der Bekannt- und Beliebtheit rücklickend nur zuträglich war.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 16:13

Wunderbare Welt der Logos (2)

Apple. Computer kommen und gehen. Computerfirmen kommen und gehen. Generationen von Tastaturen, Mäusen und Festplatten ziehen übers Land. Alles entwickelt sich schneller und schneller. Ein Entwicklungsprung jagt den nächsten.

In der Erinnerung bleibt aber immer ein Apfel und damit verbunden ein Logo. Wie ein beruhigender Fels in der Brandung. Ein einfacher Apfel. Der all das symbolisiert, was Computer eigentlich leisten sollten. Sie sollten uns das Leben einfacher, angenehmer und schöner machen. Und wenn es ein Logo geschafft hat, das zu vermitteln, dann ist es das. Das einzige Logo in der ganzen Branche, das den Namen wirklich verdient.

Es besticht durch seine Einfachheit. Auch hier war das Weglassen die große Kunst. Das Glauben an die Bildsprache. So einfach kann so schön sein. Hier bleibt es nicht nur Theorie, sondern wird nun schon über Jahrzehnte gepflegt.

Daran müsst ihr anderen Logos euch messen lassen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 13:41

Favorite things – Mein Skateboard

So ca. 1980 trat ein anderes Transportmittel für Coolness, Freiheit und Unabhängigkeit in mein Leben: Das Skateboard. Es gab wenige, und die waren auch noch teuer. Die ersten spektakulären Bilder aus den USA erreichten uns. In denen My Generation in Swimmingpools umher kurvte. Coole Klamotten – und einfach alles an dieser Welle war so, dass ich sie mit absurfen musste. Es ging einfach nicht anders.

Der Besitzerstolz sollte mal wieder die Oberhand gewinnen. Und so musste ein Dog Town her. Mit Tracker X Track und Powel Bones Rädern. SKF Kugellagern. Ein Taperkick hinten unters Bord. Helm und Knieschoner waren verpönt. Und gab es in den Anfangsstunden der Skateboardwelle auch noch nicht.

Dazu trug man ebenso coole Turnschuhe. Nicht adidas oder Puma, sondern Ponys mussten es sein. Es gab in Köln den ersten Skateboard-Laden. Auf der Ehrenstraße. Der hieß Blue Diamant. Es war unsere Pilgerstätte. Da lagen sie im Fenster, jede Tag die coolen Dessins. T-Shirts für unglaubliche 59 Mark. Alles, was wir uns wünschten, lag in diesem einen Laden. Und wir hatten keine Kohle.

Aber wenn wir welche hatten, dann trugen wir sie dort hin. Für ein colles Frisbee (Wham-0), ein Shirt. Alles, was uns ein Stück von diesem Lebensgefühl vermittelte, war uns recht. Aufkleber standen brutal hoch im Kurs. Und ich hatte ein Dog Town. Und wir fuhren jeden Tag auf der Domplatte Skateboard. Jeden verdammten Tag. Und wir bauten Rampen. Und die Polizei riss sie wieder ab. Und wir bauten wieder Rampen. Und die Polizei ... Wir waren wir selbst. Wir waren anders. Und wir waren total cool.

Mengen von Japanern, die den Dom besuchten, machten Massen von Fotos von uns. Wenn wir unsere Kunststücke vorführten. Für einen kleinen Moment waren wir so etwas wie berühmt, begehrt und im Mittelpunkt des Interesses. War

ein gutes Gefühl. Aber auch diese Welle war irgendwann abgesurft und lief aus. Und am Ende stand eine neue Welle: das Surfbrett. Windsurfen war das Gebot der neuen Zeit.

Hinweis: Das Board ist ohne Taperkick.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 13:40

Schöne Zahlen – die 9

Man glaubt es nicht, aber ich liebe Mathematik. Denn es entspannt total das Gehirn, wenn Dinge so ausgehen, wie man sie vorher berechnet hat. Ein schönes Beispiel ist die Zahl 9. Die Quersumme, wenn man die Zahl 9 mit sich selbst multipliziert, ergibt immer wieder 9. Egal, ob man 4326 x 9 nimmt, oder 56 x 9. Am Ende ergibt die Quersumme immer 9. Das kann nur die 9. Ist das nicht beruhigend. Und zugleich phantastisch. Und unglaublich. Und schön. 9.

An Stellen, an denen die Mathematik noch logisch ist, ist sie einfach beeindruckend. Eine wichtige und zugleich beruhigende Konstante für unsere Wahrnehmung. Unsere Welt. Da wo sie die Logik verlässt, ist sie alles andere zufällig, willkürlich und außer Kontrolle. Keiner schützt die Mathematik vor sich selbst. Das ist oft schade.

Auch hier noch der Beweis:

4.326 x 9 = 38.934
3 + 8 + 9 + 3 + 4 = 27
2 + 7 = 9

56 x 9 = 504
5 + 0 + 4 = 9

Ist das nicht wunderbar? Ich liebe die 9

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 13:38

Berühmte Worte (9)

Die für unser Leben notwendigen Ideen sind vielleicht schon vor dreitausend Jahren erschöpfend durchdacht worden. Wir haben wohl nur neues Feuer an altes Reisig zu legen.

Ryunosuke Akutagawa, (1892 - 1927 Selbstmord), japanischer Schriftsteller

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 13:37

Sonntag, 18. Juni 2006

fotokunst

peter von felbert jetzt bei lumas.

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 21:06

der film ist tod, es lebe der film

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 20:44

Freitag, 16. Juni 2006

chardonnay. gute idee.

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 19:47

immer noch sommer. jetzt mit musik (jack johnson)

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 15:42

Mal ehrlich, wer will da noch Weltmeister werden!

Oder der ist auch nicht schlecht. Es zahlt sich eben nicht für alle gleich aus:

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 12:32

Werbergeschichten (1)

100 Ideen in einer Stunde.

Es war einmal eine Werbeagentur in Düsseldorf, die da hieß Ernst & Partner. Es war in den späten 80ern. Die gibt es schon lange nicht mehr, die Agentur, die 80er sind natürlich vorbei. Da trug sich folgendes jämmerliche Ereignis zu. Der sehr junge Kundenberater Thomas und der junge Junior-Texter Christof hatten die überaus ehrenvolle Aufgabe, für ein Produkt mit dem klangvollen Namen Javaanse Jongens ein Thekendisplay für eine deutschlandweite Verkaufsförderungsaktion zu konzipieren (Hört, hört – ja, das gab es damals noch. Sogar mit Budget, Briefing und Timing. Unglaublich, aber so war das damals.) und dem Kunden angedeihen zu lassen, sprich: zu verkaufen.

Der Kunde war klein und gemein. Also genau das Richtige für zwei junge Renitente und zugleich Größenwahnsinnige. Denn der Kunde zahlte jeden Monat ein fettes Honorar. Das war zum einen wunderbar. Aber dafür ließ er die Agentur ordentlich schuften. Immer und immer wieder, Pappen auf und nieder. Er wollte, dass ihm für sein Geld ordentlich was geboten wurde. Mehr in Gewicht als in Ideen.

Zwei Wochen brüteten sie über einer genialen Idee, die die Welt noch nicht gesehen hatte. Voller Elan präsentierten sie diese eine, dieses in der Gewissheit, dass der Kunde vor Freude außer sich sein würde. Für eine solche geniale Lösung. Aber dem war mitnichten so. Sondern der Kunde fand die Idee überhaupt nicht gut. Und fragte nach den weiteren. Die es aber nicht gab. Denn, warum sollte man neben der Lösung viele alternative Ideen präsentieren, dachten die Greenhörner.

Voller Entsetzen, saßen die beiden Geschlagenen in der Straßenbahn zurück in die Agentur. Die verheerende Niederlage sprach sich natürlich schnell herum. Und Hohn und Spot ergoß sich über die beiden Jundspunde. Gescheitert? Karriereknick? Selbstzweifel?

Niedergeschlagen, deprimiert und voller Unverständnis saßen sie nach dem Mittags-Sushi beim Junior-Texter im Büro. Der da sagte: Jetzt erst recht. Dem zeigen wir es. Der will uns den Schneid abkaufen? Da hat er sich aber die Falschen ausgesucht. Wir machen jetzt 100 Ideen in einer Stunde und morgen sofort wieder einen Termin. Und dann wollen wir mal sehen. Den "schei... wir zu mit guten Ideen". Jetzt erst recht.

Gesagt – getan! In einer Stunde waren 100 Ideen geboren und einfach skiziert. Der Kundentermin wurde sofort

gemacht. Und so zogen sie aus in ihre zweite Schlacht. Diese wurde heroisch gewonnen. Der Kunde entschied sich nach langem Hin und Her für eine der 100 Ideen (es könnte die Nummer 52 gewesen sein). Es dauerte Stunden. Aber wir hatten seinem Wunsch genüge getragen. Und einen beeindruckenden Arbeitsnachweis geliefert.

Natürlich war der Kunde immer noch klein und weiterhin gemein. Aber unser schillerndes Werber-Antlitz glänzte wieder.

Die Moral von der Geschicht: Ins Bockshorn jagen lass dich schon mal gar nicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Werbergeschichten um 11:55

Berühmte Worte (8)

Alle Ideen, die man aus Büchern erhält, kann man tot nennen im Vergleich zu jenen, die man durchs Anschauen bekommt.

Nikolai Michailowitsch Karamsin (1766 - 1826), russischer Schriftsteller

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 11:50

Wunderbare Welt der Logos (1)

In der Welt des Fußballs gibt es reichlich Logos. Aber nur eins ragt für mich stylistisch und damit qualitativ heraus. Obwohl ich bemerken will, dass ich als gebürtiger Bremer sicherlich kein HSV-Fan bin, nichtnichten, dennoch muss ich in diesem Fall einfach mal objektiv die Formsprache loben. Denn die ist unübersehbar außerordentlich. Mit wie wenig man so viel Wiedererkennung erreichen kann. Ohne Geschreibe, Bällchen, Fähnchen ganz im Sinn großer Gestaltung: Vollkommenheit bedeutet, dass man nichts mehr weglassen kann. Und an diesem Logo kann man nichts mehr weglassen.

Das Logo ist grafisch und stilistisch ganz großer Sport.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 11:38

sommer

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 00:53

Donnerstag, 15. Juni 2006

Als am Ende auch noch wirklich Schluss war

Das waren noch Zeiten. Als Schluss war. Man nachts vom Dauerton vom Sofa gerissen wurde. Heute hört es einfach nicht auf. Nichts. Alles geht immer weiter. Eine Welt auf stand-by. Samstags war Fußball. Heute ist montags, dienstags, mittwochs, donnerstags, freitags, samstags und sonntags Fußball. Alles hört einfach nicht mehr auf. Nichts ist mehr vorbei. Aus. Aus Schluss und vorbei. Das ist sehr sehr anstrengend.

Wie schön wäre es, wenn man wüsste, dass es im Fernsehen von 0.00 Uhr bis 05.00 Uhr nichts, aber auch gar nichts zu sehen gäbe. Und zwar nirgends. Nur Testbilder und Rauschen. Das wäre so, als ob man die Gewissheit hätte, dass nichts mehr im Kühlschrank ist, was man erbeuten könnte. So dass man es getrost lassen kann, sich ständig doch noch mal zu vergewissern.

Geht das Licht im Kühlschrank eigentlich wirklich aus? Wer weiß, in einer Welt in der nichts mehr endet, machen die Menschen ja auch schon einen 3fachen Triathlon. Fahren 20 Stunden Rennrad. Und laufen 5 Marathons hintereinander. Außer beim Sex. Da geht eben mehr nichts so einfach. Deshalb lassen die meisten das mit dem Sex auch und konzentrieren sich auf Dinge, die sie häufiger und länger können, wie Fernsehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 20:14

Deutschlandreise – Was es ist, wissen wir, aber wo?

Krombach. Hier wird nicht nur der Durst gelöscht.

Überall Krombach. Wohin man schaut. Und irgendwie glaubt man, zu wissen, wo das liegt. Aber dann. Oder ist Krombach gar kein Ort? Sondern nur der Name eines Getränks, das von einem Paul Krombach gebraut wird. Wir nehmen sie beim Ort. Krombach.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 20:11

Favorite Art – La femme penchée

Es gibt Bilder, die begleiten einen durch das Leben. Dieses aus einem einfachen Grund. In der Schule sollten wir ein Meisterwerk unserer Wahl kopieren, so gut es geht. Das habe ich dann auch gemacht. Und es hängt bis heute im Blickfeld meiner täglichen Arbeit, und das seit über 20 Jahren. Die Größe stimmt, die Materiallien sind identisch und die Kopie ist mir gut gelungen.

Ich habe mich für dieses Bild entschieden, weil es einen positiven Eindruck auf mich machte. Weil ich es einfach schön fand. Die Übersetzung des Bildnamens war mir damals noch nicht geläufig: Die emanzipierte Frau. Aber Max Ernst gehört seit je her zu meinen Lieblingsmalern.

Das ist ein Foto vom Original oder der Kopie? Man weiß es nicht, ist auch egal. Es ist, wie es ist. Schön.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 20:10

Favorite things – Mein Bonanzarad

Was Besitzerstolz bedeutet, wurde mir erst richtig bewußt, als ich stolzer Besitzer eines Bonanza Fahrrads wurde. Es war Mitte der 70er. Im Fernsehen fesselte uns eine Cowboy-Serie an den Fernseher, die Schirmherr für den Namen des gleichnamigen Fahrrads wurde: Bonanza. Mit dieser Cowboy-Serie wurde zugleich ein Lebensgefühl vermittelt, das – für uns – in völligem Einklang mit diesem Fahrrad war. Freiheit, Reiten und Cool-Sein ging nur auf einem Bonanzarad.

Wer keins hatte, war gearscht. Wer eins hatte, verpasste ihm umgehend einen persönlichen Stil. Individualität innerhalb der Konformität war extrem angesagt. So wurde ein Bierdeckel mit Wäschklammern so am Hinterrad befestigt, dass der typische Bonanzarad Sound hörbar wurde.

Zudem gab es batteriebetriebene Rückleuchten mit Blinkern. Die Bowdenzüge wurden verziert. Rückspiegel waren cool. Und die 3-Gang-Knüppelschaltung in der Mitte. Zubehör für Bonanzaräder schoss wie Pilze aus dem Boden. Aber irgendwann war es plötzlich vorbei. Da stand es dann in der Garage und wurde nicht mehr bewegt. Das Bessere war auch schon damals der größte Freind des Guten. Das galt auch für den Besitzerstolz – das Skateboard war geboren.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 20:09

Berühmte Worte (7)

Wenn man die Entwicklungsgeschichte neuer Ideen verfolgt, so fehlt die Periode der Verhöhnung niemals.

Honoré de Balzac, (1799 - 1850), französischer Philosoph und Romanautor

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 20:08

Who the fuck is – Klenze?

Klenzestraße in München. Tausend mal drüber gefahren, aber keinen blassen Schimmer, wer das war. Aber dieser Leo von Klenze ist wieder so ein alter Mann. Weil auch er schon eine Weile nicht mehr unter uns weilt. Was zu erwarten war. Denn Straßennamen werden meist nur an längst Verstorbene vergeben. Was in Zeiten wie diesen gar nicht so schlau ist. Denn warum werden Straßennamen nicht an den meist Bietenden verkauft? Dann würden die Kommunen mal richtig Geld verdienen. Der Ku-damm würde für 25.000.000 Mio. zum Mercedesdamm gemacht. Wenn es Geld bringt. AOL- oder Alianz-Arena halten wir doch auch aus. Warum da wieder keiner drauf gekommen ist, ist mir schleierhaft. Bei der Habgier und Geldnot.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 20:08

Mittwoch, 14. Juni 2006

Kleine Liebeserklärung an die Leidenschaft und die Hingabe

Wenn ihr einen packt, dann ist alles andere Nebensache.

Da mache ich mir einen Kaffee. Genauer gesagt einen guten Milchkaffee. Mit 3,5%tiger Milch. Nicht mit der dünnen 1,5%, das schmeckt nicht. Die Milch ist heiß. Sehr heiß. Kurz bevor sie die Wände am Topf hoch gehen will. Dann mache ich in die große Tasse einen Kaffee und einen Espresso rein. Natürlich aus der guten italenischen Espressomaschine. Frisch gemahlen. Frisch mit hohem Druck. Zwei Löffel brauner Zucker dazu. Die Milch liebevoll aufgeschäumt und mit ruhiger Hand in die Tasse gegeben und so mit dem Kaffee köstlich verbunden. Eine Art Hochzeit in Schwarz und Weiß. Das Ganze absichtlich mit einer kleinen Schaumkrone versehen. Und mit dem Löffel so geschickt gerührt, dass ein hellbraunes Muster in der Mitte der Tasse entsteht. Perfekt.

Und dann schreibe ich diesen Text. Und weil mich beim Schreiben mal wieder die Leidenschaft und die Hingabe gepackt haben. Vergesse ich alles um mich herum. Und nehme deshalb meinen ersten Schluck dieses köstlichen Kaffee mal wieder erst zu mir, als er schon kalt ist. Furchtbar!

Aber das war es mir wert. So mache ich mir einfach einen neuen.

Lieber einen kalten Kaffee auf dem Tisch,
als ein ganzer Tag, der mir vorkommt wie kalter Kaffee.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 09:08

Das ist nur meine Meinung

Der Alkohol im ALDI Wein ist gut, der Wein ist aber Mist.

Entgegen der weit verbreiteten Meinung, der ALDi Wein sei doch gar nicht so schlecht, ganz gut oder sogar gut, bin ich zu einer völlig anderen Überzeugung gekommen. Als Wein ist der Wein eigentlich Mist. Aber als trinkbarer günstiger Alkohol ist er ganz gut. Man bekommt keinen Schädel und der knallt wie guter Wein. Auch nach zwei Flaschen ALDI Wein wird die Aussprache flüssiger und der Gang geschmeidiger.

Aber als Wein? Nee. Bei aller Anerkennung. Wie man einen Karton bedruckt, 6 Glasflaschen da rein bekommt, die alle mit einer roten bzw. gelblichen Flüssigkeit bis zum Rand gefüllt sind, die sogar jede ein eigenes Etikett haben und einen eigenen Korken, und deren Kopf versiegelt ist, – und das alles für unter 4 € bis unter 2€ die Flasche – das ist eine wirtschaftliche Meisterleistung.

Aber als Wein? Nee. Ich trinke zur Zeit einen Chardonnay aus Italien von meinem kleinen Weinhändler am See für 3.80 € die Flasche, und ich trinke von meinem Lieblingsweinhändler in München (Walter & Benjamin auf der Rumfordstraße 1) einen roten Italiener für 6 € – die sind beide um Längen (und wenn ich Längen sage, dann meine ich Lääääääääängen) besser. Die schmecken nach Wein.

Somit kann ich ALDI in diesem Segment nur Respekt in Sachen Wirtschaftlichkeit zollen, aber beim Thema Geschmack, bekommt man für das selbe Geld oder nur 2 € mehr die Flasche echten Wein.

Zur Ehrenrettung möchte ich aber auch sagen, dass so gut wie alle anderen Produkte mich auch im Geschmack schwer beeindrucken. Der Kaffee, die Nudeln, der Tunfisch....

Aber der Wein? Ne. Und ich habe die alle probiert und studiert. Und bin reumütig wieder zurück zu meinen kleinen Weinhändlern die mich zum Glück mit offenen Armen empfangen haben. Wenn die wüßten was ich in der Zwischenzeit angetsellt habe? Aber zum Glück haben die keinen blassen Schimmer. Wie ich eigentlich vom Wein.

Denn eins möchte ich zum Schluss klarstellen. Ich bin kein Weinkenner. Ich bin reiner Wein trinker. Ich habe so gut wie keine Ahnung von Wein. Aber was ich mache ist riechen und schmecken. Und da täusche ich mich eigentlich nicht. Dafür trinke ich zu gerne, zu viel und zu abwechslungsreich.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:01

Berühmte Worte (6)

Eine öffentliche Meinung gibt es nur dort, wo Ideen fehlen.

Oscar Wilde, (1854 - 1900), eigentlich Oscar Fingal O'Flahertie Wills, irischer Lyriker, Dramatiker und Bühnenautor

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 08:59

veronika im lenz

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 08:59

München – Das Lenz ist da

In unmittelbarer Nähe – vis a vis sozusagen – hat vor geraumer Zeit das Lenz aufgemacht. Ein Restaurant. Genau auf der Ecke Sankt-Paul-Straße/Pettenkoferstraße. Genau neben note. Eine absolute Bereicherung. Die Karte hat immer was Überraschendes und was Asiatisches. Aber auch Klassiker und Salate, Club Sandwitch (riesig), Fisch, Fleisch usw. Die Weinauswahl ist auch überraschend erfrischend. Und die Atmo ist sehr schön. Vor allem für den Mittag zu empfehlen. Auch mit Kindern, kein Problem. Platz ist genug.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 08:58

Dienstag, 13. Juni 2006

Wie spricht man das aus?

Dass mit unserem Nationalbewußtsein nicht alles im Lot ist, muss man wohl an dieser Stelle nicht mehr erklären. Deshalb habe ich auch nur eine ergänzende Story dazu. Die ein wenig die Tragweite oder mehr die Stoßrichtung verdeutlicht. Mir ist aufgefallen, dass der Deutsche dazu neigt, im Ausland seinen Namen immer so auszusprechen, wie er eventuell in der jeweiligen Landessprache ausgesprochen wird. Wenn er da und nicht in Deutschland ansässig wäre. Kein Franzose, Engländer oder Italiener würde das machen. Undenkbar. Unvorstellbar. Unmöglich. Die heißen exakt so wie sie in ihrem Land heißen. So wie sie morgens, mittags und abends genannt werden und sich nennen. Ich, im Gegensatz dazu, nenne mich in Frankreich: Griiiiiesdoof Iiiiiiiinsääää. Im englischen wiederum nenne ich mich Kris Hins. Schon komisch. Die spinnen die Deutschen. Und ich gleich mit.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 11:02

Berühmte Worte. (5)

Neue Ideen sind nur durch ihre Ungewohnheit schwer verständlich.

Franz Marc, (1880 - 1916), deutscher Maler und Grafiker, Mitbegründer der Künstlergemeinschaft »Blauer Reiter«

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 11:01

Konfuzion sagt... (6)

... was man lauter sagt, wird dadurch nicht wirklich richtiger, sondern in der Regel nur lauter.

In Marketingdeutsch übesetzt: Gute Werbung wirkt, wirkungslose muss man nicht aufmerksamkeitsstärker machen, sondern wirkungsvoll. Man nehme einfach eine gute Idee.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 11:00

walter & benjamin

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 10:59

München – Besser essen: Walter & Benjamin

Rumfordstraße 1. Weinhandel, Weinbar und kleines Restaurant. So ca. 10 Tische für maximal 24 Personen. Mit meinen aller besten Empfehlungen. Der lebende Beweis, dass guter Wein nicht teuer, sondern gut sein muss. Tageskarte. Alles frisch. Ulf, der Koch, zaubert den reinen Genuss. Vielleicht das adäquate Restaurant-Pendant zu unserer Agentur.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 10:58

Meine Top 5 Songs (Christof Hintze)

1. Autumn Leaves (In der Version von Cannonball Adderley)
2. Love for Sale (Chet Baker)
3. Moanin`(Art Blakey & the Jazz Messengers)
4. Samba de uma nota so (Stan Getz / Charlie Byrd)
5. Take Five (Dave Brubeck)

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 10:57

Montag, 12. Juni 2006

1964

Gestern saß ich im Café. Am Gärtnerplatz in München. Da lief jemand vorbei mit einem T-Shirt, auf dem stand: 1964. Da wurde mir plötzlich ganz warm ums Herz. Komisch, dachte ich. Mein Geburtsjahr genügt, um mich emotional so zu treffen. Ein ganzer Gefühlsmix ergoß sich über mein Gemüt. Und wie. Als alle mit den Städten vor der Brust herum liefen, ist mir das nicht so gegangen. Kein Wunder: Bremen, Osterrath (bei Düsseldorf), Strümp (Immer noch bei Düsseldorf), Stierstadt bei Oberursel bei Bad Homburg bei Frankfurt, Auweiler im Kölner Norden, Düsseldorf Hafen, Düsseldorf Grafenberg, München Thersienwiese, Eching am Ammersee bei München. Wer so viel rum kommt, dessen Herz schlägt für keine Stadt mehr. Aber mein Geburtsjahr, das ist nunmal einmalig. Das zieht nicht ständig um. Wie auch? Die 21 würde auch funktionieren. Mein Geburtstag. Oder die 9, der Tag, an dem meine Zwillinge geboren wurde. Der 11. September ging gerade noch so, da hat mein Vater Geburtstag. Aber am besten funktioniert wohl 1964. Guter Jahrgang. Rückblickend einer der besten. Sicherlich.

Obwohl? Wenn ich es mir recht überlege, nicht schlecht wären auch: 1954 • 1974 • 1990 • 2006.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 17:48

Meine Top 5 Filme (Christof Hintze)

1. Blues Brothers
2. Good Fellas
3. Apocalypse Now
4. Nackte Kanone
5. Smoke

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 17:47

Who the fuck is – Pettenkofer?

Staßen tragen Namen, und keiner weiß, was sie bedeuten. Deshalb unsere Rubrik der Münchner Straßennamen und vor allem, wer dahinter steckt. Machen wir gleich mal einen Anfang direkt vor der Agenturtür.

Pettenkoferstraße

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 17:45

Favorite Art – Die Geburt der Venus

In Florenz, in den Uffizien hängt dieses Bild. Schon beim Betreten des Raums merkt man, dass von diesem Bild eine besondere Magie ausgeht. Die Massen tummeln sich davor wie vor keinem anderen Exponat. Und die Uffizien sind voll von kunsthistorischen Aushängeschildern.

Ich habe einen glücklichen und guten Moment mit diesem monumentalen Werk erwischt. Denn die einen Reisegruppen verließen den Raum und die neuen Massen strömten noch nicht nach. Als ob jemand die Zeit angehalten hätte. Es wurde ganz ruhig im Raum. Wie der stille Moment vor einem Konzert, wenn der Dirigent mit dem Taktstock auf sein Pult klopft. So verweilte ich für ca. 3 Minuten fast alleine mit diesem Werk. So dass ich es mir auch aus einer größeren Entfernung im Ganzen betrachten konnte, ohne dass Menschen das Bild verdeckten. Ein Moment, der verewigt ist in meinen Erinnerungen. Ein Moment voller Ruhe, Demut, Respekt und Schönheit – muss ich eingestehen.

Ein Kunstwerk, das einen in seinen Bann zieht. Also, mich auf jeden Fall.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 17:45

Ich sag mal so!

Wer weiß, für was es gut ist. Es kommt, wie es kommt. Nichts wird so heiß gegessen wie es gekocht wird. Da fließt noch viel Wasser den Rhein hinunter. Wenn Du denkst, es geht nicht mehr, kommt von irgendwo ein Lichtlein her. Es wir gegessen, was auf den Tisch kommt. Mach mal die Augen zu, was du jetzt siehst, gehört dir. Jeder Jeck ist anders. Was du nicht willst, dass man dir tu, das füg auch keinem andern zu. Leben und leben lassen. Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Wer nicht kommt zur rechten Zeit, der muss sehen, was übrig bleibt. Morgenstund hat Gold im Mund. Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben. Jeder ist seines Glückes Schmied. Der Trinker und der Hurenbock, die frieren auch im dicksten Rock. So was kommt doch nicht so einfach weg. Dunkles Licht ist schlecht für die Augen. Wer nicht hören will, muss fühlen. Kleine Sünden straft der liebe Gott sofort. Undank ist der Welt Lohn. Du wirst dein blaues Wunder schon noch erleben. Tu anderen Gutes, dann widerfährt dir nichts Böses. Ohne Fleiß kein Preis. Haste was, biste was. Auf Sonnenschein folgt Regen. Was dich nicht umbringt, härtet dich ab. Was man nicht im Kopf hat, das hat man in den Beinen. Leichte Schläge auf den Hinterkopf erhöhen das Denkvermögen. Zeig mir deine Freunde, und ich sag dir, wer du bist. Wenn das Wörtchen WENN nicht wär, wär mein Vater Millionär. Hilf dir selbst, sonst hilft dir keiner. Man kann jede Mark nur ein Mal ausgeben. Man lernt fürs Leben und nicht für die Schule. Müßiggang ist aller Laster Anfang. Reden ist Silber, Schweigen ist Gold. Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm. Auch andere Mütter haben schöne Töchter. Man trifft sich immer zwei Mal im Leben. So schnell schießen die Preußen nicht. Andere kochen auch nur mit Wasser. Musst du immer das letzte Wort haben?Wer weiß, für was es gut ist. Sand reinigt den Magen.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 13:31

Berühmte Worte (4)

Warum haben Leute mit den wenigsten Ideen auch die wenigste Zeit?

Willy Meurer, *1934, deutsch-kanadischer Kaufmann

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 13:30

Sonntag, 11. Juni 2006

My favorite links - DIE ZEIT

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 09:29

Berühmte Worte (3)

Es liegt im Wesen des Genies, die einfachsten Ideen auszunutzen.

Charles Pierre Péguy, (1873 - 1914), französischer Dramatiker

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:29

Freitag, 9. Juni 2006

noch sechsmal gewinnen, dann ist adidas weltmeister

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 19:58

die bank als marke oder wie ich aus einer niederlage kapital schlage

hab ich noch selten erlebt, dass jemand eine niederlage so gewinntraechtigt vermarktet, wie oliver kahn. respekt. manchmal gewinnt man eben auch, wenn man gut verlieren kann.

Geschrieben von Peter von Felbert in Human Marketing um 19:34

und los geht s

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 17:15

get ready

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 14:41

My favorite link - All that Jazz

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 08:43

Die neue Relativitätstheorie

Die Vorentscheidung ist gefallen. Es ist so gut wie bewiesen. Man hat sich möglicherweise geeinigt. Es scheint realtiv sicher. Der Mutmaßliche. Wie aus Fachkreisen verlautbart wurde. Wie wir aus gut unterrichteten Kreisen erfahren durften. Da ist so gut wie nichts mehr zu machen. Es verdichten sich die Hinweise. Ich sag mal so. Ja gut. Die Beweislast ist erdrückend. Eigentlich ist die Entscheidung gefallen. Es könnte theorotisch. So müßte es gewesen sein. Bis zu über. Man geht davon aus. Okay, ja ja. Man ist sich so gut wie Einig. Das sieht ganz so aus. Gleich müsste es soweit sein. Es kann sich nur noch um Stunden handeln. Da wird sich nicht mehr viel verändern. Die Zeichen sind ziemlich eindeutig. Es ist so gut wie sicher davon auszugehen. Es müsste schon mit dem Teufel zugehen, wenn. Eigentlich ist die Entscheidung schon gefallen. Tappen noch im Dunkeln. Man geht nicht davon aus. Es erhärten sich die Fakten. Die Kreise werden immer enger. Die Richtung schein klar.

Kräht der Hahn auf dem Mist, dann verändert sich das Wetter, oder es bleibt, wie es ist.

Es ist schon schlimm, mit anzusehen und zuzuhören, wenn man eigentlich nichts mehr, nichts Neues, nichts Anderes zu sagen oder zu zeigen hat, aber dem Ganzen unbedingt noch etwas hinzufügen muss. Das ist nicht realativ, sondern objektiv furchtbar.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 08:42

Berühmte Worte (2)

Wie oft verwechselt man Einfälle mit Ideen!

Christian Friedrich Hebbel, (1813 - 1863), deutscher Dramatiker

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 08:42

Donnerstag, 8. Juni 2006

Berühmte Worte (1)

Die herrschenden Ideen einer Zeit waren stets nur die Ideen der herrschenden Klasse.

Karl Marx, (1818 - 1883), deutscher Philosoph, Sozialökonom und sozialistischer Theoretiker
Quelle : Manifest der kommunistischen Partei von 1848

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 14:23

My favorite link - Jacques Tatis

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 09:43

Balance Marketing – Prolog

Nicht wenn oder aber, sondern sowohl als auch.

Das alte Wertesytem besteht ausschließlich aus numerischen Werten. Alles wird in Zahlen bewertet. Statistiken herrschen über unser Wohlempfinden. Die so wichtige Intuition ist weitestgehend verschüttet. Dem rein rationalen Wertesystem steht ein emotionales Wertesystem gegenüber, das mit numerischen Bewertungen ganz und gar nichts zu tun hat. Sondern sich ausschließlich um gefühlte Werte dreht. Diese beiden offensichtlichen Extreme sind keine Gegensätze, sondern beide Seiten der selben Medaille.

Die Harmonisierung von emotionalen und rationalen Werten in der Wirtschaft – das hat sich Balance Marketing zum Ziel gesetzt.

Weil Zahlen und materielle Werte allein die Menschen nicht mehr erreichen. Nicht mehr befriedigen. Die unerwünschten Nebenwirkungen des materiellen Drucks haben die Suche nach emotionalen Werten ausgelöst. Diese stehen dem immer mehr, immer schneller, immer teurer, immer größer mehr als kritsich gegenüber. Das veränderte Konsumverhalten unserer Gesellschaft bringt das zum Ausdruck. Der Konsum hat seine Grenzen in Sachen Befriedigung erreicht. Die Flucht in esoterische, in die fernöstliche Heilkunde, Homöopathie, Shiatsu, Yoga und so weiter sind eindeutige Anzeichen für eine unerfüllte Sehnsucht der Menschen nach neuen erstrebenswerteren Werten, weit weg von den numerischen.

Das bedeutet: Jedem numerischen rationalen Wert oder Ziel sollte ein gefühlsmäßiger, emotionaler Wert gegenüber gestellt werden. Beides zusammen ergibt einen höheren Sinn.

Stellt sich ein Unternehmen ein numerisches Gewinnziel in Zahlen, so muss dem zur Seite auch ein emotionales Ziel gestellt werden, wie mehr Urlaubstage, Familientage, Schulungen, Seminare, Wellnesstage oder anderes. Etwas, das gleichwertig emotional erstrebenswert ist.

Ziel ist es, sinnvolle Anreize zu schaffen für eine erstrebenswerte Lebensqualität über eine erhöhte Arbeitsqualität. Das aber mit neuen Inhalten und Mitteln.

Die alten Systeme haben ausgedient. Sie frustieren mehr, als dass sie die Menschen motivieren. Deshalb ist es an der Zeit, einen Schritt weiter zu denken und zu handeln. Wer in Zukunft erfolgreich sein will auf materieller und emotionaler Ebene, der muss zwei Arten von Gewinn erwirtschaften: Den man zählen kann und den man fühlen kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 09:42

My favorite links - Steve McQueen

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 09:42

Human Marketing – Prolog

Vor dem Hintergrund, dass der Mensch dazu neigt, alle bestehenden Ressourcen auf zu brauchen und mit Mitteln der Globalisierung andere Märke für seine rein materiellen Ziele zu kontrollieren, scheint es an der Zeit, dass Unternehmen sich zu einem anderen Bewußtsein bekennen. Und zwar, um erfolgreicher zu sein.

Bei Thunfisch gibt es so etwas. Als öffentlich wurde, dass beim Fangen von Thunfisch Massen von Delfinen in den Fangnetzen verenden, kam ein schlauer Stratege darauf, Thunfisch so zu fangen, dass keine Delfine darin verenden. Und dies auf seinen Thunfischdosen zu vermerken: Dolphinfree ist da zu lesen.

Kaum ein Mensch nimmt eine andere Ware aus dem Regal. Somit hat eine humanistsiche Einstellung eine positive Veränderung mit sich gebracht. Das ist nur ein Beispiel. Viele werden folgen.Der Umgang mit den Mitarbeitern bei Lidl, hat sie viele Punkte gekostet. Werbung, die den Komnsumenten nervt, bringt ihn dazu, ein Produkt auf keinen Fall zu kaufen.

Somit könnte es in Zukunft lauten: Ich kaufe mir lieber einen Volvo, weil die bei Familiencodex der Mitarbeiter den höchsten Wert haben. Oder bei der Schonung von Ressourcen den besten Index. Kinderfreundlichkeit, Umweltfreundlichkeit, Integration von Ausländern, Menschen mit Handycap. Verzicht auf bestimmte Wirkmittel wie Aromastoffe. Auf produzierende Länder, die gegen die Menschrechte verstoßen. Der Konsument wird in Zukunft im reinen Verdrängungsmarkt neue Kriterien suchen und finden als nur den Preis. Weil er ein gutes Gefühl beim Kauf haben will.

Somit stellt Human Marketing ein neues intelligentes Marketing-Tool dar. Damit Unternehmen besser da stehen. Die Entscheidung über den Preis schadet nämlich auch den Unternehmen selbst. Die Summe der Innovationen und die Dauer, bis diese kopiert wurden, bringt auch keine richtigen Wettbewerbsvorteile.

Leading Brands werden in Zukunft die sein, die humanistische Werte als Produkt erkennen. Und das kommunizieren und vermitteln. Es gibt viel zu verbessern, sich viel zu engangieren. Die Menschen würden der Welt gerne etwas zurückgeben, auch beim Kauf einer Tafel Schokolade. Payback ist der völlig falsche Ansatz, er kommt noch aus der alten Zeit. Pay Good wäre viel sinnvoller. Mit jedem dieser Produkte wird im eigenen Land, in Europa und auf der Welt Sinnvolles geleistet.

Das ist das, wohin die Weg und die Reise von Human Marketing unweigerlich gehen wird.

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 09:41

Hat schon bei der Schlange Kaa nicht funktioniert

Vertraue mir ...

Kommunikation ist nicht nur das, was man 1:1 sagt, sondern was der andere versteht. Und der hat leider die Veranlagung, nicht alles zu glauben, was man ihm sagt. Sondern noch schlimmer, er assoziiert, und das völlig selbständig und immer, auch wenn wir das am liebsten überhaupt nicht wollen. Ständig denkt der nach: Was könnte das bedeuten? Vorsicht ist nun mal auch hier die Mutter der Porzellankiste. Schatz, ich liebe Dich. Kann erfahrungsgemäß einen ganz anderen Hintergrund verfolgen, als die Aussage vermuten läßt. Oder ein Satz wie: Es besteht keinerlei Gefahr! Bei diesem Ausspruch verlassen in der Regel panikartig Massen von Menschen schreiend den Ort des Geschehens. Somit ist es nicht nur falsch, sondern zudem auch noch megakontraproduktiv, wenn man das, was der Zuhörer eigentlich positiv assoziieren soll, auch noch dummerweise sagt. Denn dann assoziert er das genaue Gegenteil von dem, was die Werbung eigentlich mal wollte. Und man entfernt sich immer weiter vom Ausgangspunkt und natürlich noch mehr vom Ziel.

Der Laie neigt deshalb zu der Unart, sein Problem im ersten Satz raus zu hauen. Das was ihm am meisten Problem macht oder Kopfzerbrechen, darüber spricht er als erstes, am meisten und immer mit dem Vermerk versehen, dass dies natürlich gar nicht sein Problem ist. Natürlich nicht! Alle Psychologen können ein Lied davon singen. Nein, ihre Mutter ist nicht das Problem! Natürlich nicht. Sie haben sie auch nur 645 mal in der letzten Stunbde erwähnt.

Gewichtsproblem. Du, nein, wie sollte ich darauf kommen. Geldproblem? Nein! Worüber die Menschen am meisten

reden, davon haben sie offensichtlich die wenigste Ahnung. Darum reden sie ja ständig darüber.

Also, schreiben wir: Vertrauen, flexibel, zuverlässig und alle diese Wörter einfach hin, und dann denkt der gemeine Hund - einfach das Gegenteil: Mißtrauen, unflexibel und unzuverlässig. Schreiben wir Qualität, dann denkt der darüber nach, wie schnell das wohl kaputt geht. Sagen wir "Super Preis", denkt der, was da wohl noch geht nach unten. Und so weiter und so weiter.

Wenn man jemanden in einer fremden Stadt nach dem Weg fragt, dann beginnen die kompliziertesten Erklärungen mit den Worten: Das ist ganz einfach. Somit weiß der geneigte Zuhörer schnell, wo es lang geht. Oder eben nicht. Er wird es wohl nie erfahren. Würde man beginnen mit, dass ist sehr schwer zu finden, wäre die Aufmerksamkeit des selben Zuhöreres so hoch, dass er den Weg sicher leichter finden würde.

Die Kunst der guten Werbung ist, die gewünschte Assoziation im Kopf des Betrachters auszulösen. Also, nicht nur zuverlässig zu sagen, sondern der Betrachter denkt sich: Das ist aber echt zuverlässig.

Die Einsicht bis hier und die Umsetzung sind eine der schwersten Übungen. Denn die meisten glauben noch immer, dass man nur sagen müsste, was das Gegenüber verstehen soll. Obwohl dem nachweislich nicht so ist. Aber auch dagegen ist in der Werbung kein Kraut gewachsen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 09:40

Konfuzion sagt... (5)

...konzentriere dich in der Wahl deiner Wörter nicht so sehr darauf, wie gewählt du dich auszudrücken vermagst, sondern ob dein Gegenüber versteht, was du eigentlich wirklich sagen wolltest.

In Marketingdeutsch übesetzt: In der Kommunikation ist es ratsam, wichtiger und wirkungsvoller, dass die Botschaften, die man aussendet, vom eigentlichen Empfänger am besten verstanden wird.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:39

My favorite links - Claude Monet

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 09:38

Mittwoch, 7. Juni 2006

noch 2 mal schlafen

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 19:48

My favorite links - Chet Baker

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 09:17

Konfuzion sagt... (4)

... Es ist viel besser, wenn viele andere sehr viel Gutes über dich verbreiten, als wenn du allein ständig gut über dich selbst sprechen musst.

In Marketingdeutsch übesetzt: Wer seine Marke konstant, konsequent und kreativ positiv auflädt, profitiert vom magischen Markenmagnetismus: Die Kunden kommen von selbst, gerne, wieder und immer mehr.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:16

Börsennotierte AGs in der Zwickmühle

Keiner liebt uns. Alle wollen nur das eine von uns.

Die sexuellen Revolution müsste eigentlich schon bald über die AGs hinweg rollen. Denn diese werden ebenso schändlich ausgenutzt und mißbraucht wie unseren weiblichen Mitmenschen zur Zeit vor der Revolution. Und bisweilen leider noch heute. Keiner interessiert sich für die Gefühle der Unternehmen. Keiner nimmt Kenntnis von der seelischen Verfassung.

Der gemeine Aktionär ist nur an einem interessiert: Rendite. Wie diese zustande kommt, ist ihm völlig egal. Hauptsache, er verdient mehr als anderswo. Ist dem nicht so, schießt er die Aktien auf den Mond und kauft einfach andere, die mehr Rendite versprechen. Und auf dem Mond wird es langsam eng für ehemalige Helden an der Börse. Die stehen sich da die Füße platt.

Die Firmen versuchen nun, den Freiern auf Aktionärsfüßen um jeden Preis zu gefallen. Und zwar jedes Quartal. Weiter kann sich keiner mehr leisten, zu denken. Dafür muß immer die Performance auf den Punkt stimmen. Der Vorstand weiß, welche Geschäftspraktiken dem Aktionär besonders gut gefallen. Das Kamasutra am Börsenstrich ist hinlänglich bekannt. Wenn die Gewinnerwartungen nicht horrend übertroffen wurden, muss er im gleichen Atemzug am besten 30% der Belegschaft feuern. Standorte aufgeben und ins Ausland verlagern. Hektische Zukäufe und/oder Verkäufe tätigen. Und immer weiter die Kosten in den Keller fahren, um die Renditen in den 7. Himmel zu schießen. Und schön bewerten, was das Zeug hält.

Obwohl jeder weiß, dass dieses Handeln endlich ist. Und somit immer zum Ruin führt. Denn alles Sparen, Streichen und Reduzieren hat mal ein Ende. Wo nichts mehr ist, kann man nichts mehr sparen. Und alle Profitgier ist ebenfalls endlich, denn man kann nicht endlos Wachtsumraten im zweistelligen Prozentbereich realisieren. Vor allem, wenn man nichts invesitiert. Und nur die AGs wie Zitronen auspresst.

Den Investoren (Großaktionären) in diesem Spiel kommt eine besondere Rolle zu. Denn die müssen eine unglaubliche Leistung realisieren. Den höchst möglichen Aktienkurs, bevor das System der ausgepressten Zitrone in sich

zusammenfällt, schnell noch realisieren. Das perfekte Timing aus AG-Ballon Aufpumpen und im richtigen Moment – bevor ihn die Nadel trifft – Verkaufen. Das können nur ganz wenige.

So entstehen täglich Milliardäre. Und ganze Konzerne sacken in sich zusammen, wie seinerzeit die brennende Hindenburg beim Anflug auf das gelobte amerikanische Land.

Erfüllungsgehilfen gibt es wie immer reichlich. Massen von Managern, die alle ständig am eigenen Ast sägen und beim Runterfallen bisweilen einen Ast höher kommen. Bei einigen AGs gibt es schon mehr Controller als alles andere. Es gibt sogar schon Controlling für das Controlling, für das Controlling. Der EURO wird 3 x umgedreht. Und sicher nicht investiert. Sondern immer für den Aktionär bei Seite gelegt.

Die Politik kriecht diesem Gebahren auch noch so tief hinten rein, dass man sie nur noch sehr undeutlich bis gar nicht mehr versteht. Kein Wunder, dass ein Ehepaar Mohn sich mit Händen und Füßen genau gegen diese schlechten Sitten unserer Zeit mit aller Kraft zu Wehr gesetzt hat.

Andere haben mit dem Geldfluß der Börse gehofft, ins heilige Land des ewigen Reichtums gespült zu werden. Und müssen jetzt erschrocken feststellen, dass Geschäftsreisen nur mit Charterflügen überhaupt möglich sind. Der Firmenwagen noch 2 Jahre länger im Fuhrpark verweilen soll. Und mit einem neuen Rechner frühstens nach dem nächsten Quartal zu rechnen ist. Das Klopapier nur noch einlagig ist. Und der Kaffee diese Bezeichnung schon lang nicht mehr verdient. Und dass um ihn herum nur noch Praktikanten herum springen. Und er das Wort Investitionsantrag nur noch heimlich zu Hause beim Grillen in Gegenwart seiner Angetrauten haucht.

Liebe börsennotierte AGs, ihr habt da aufs falsche Pferd gesetzt, es war ein Esel.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 09:13

Freitag, 2. Juni 2006

Kleine Beuys Ausstellung

Große Joseph Beuys Ausstellung bei google.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 13:48

Konfuzion sagt... (3)

...das Gemeine ist, dass gute Ideen sich gegen alle möglichen und unmöglichen Bedenken durchsetzen müssen, diesen Verdächtigungen müssen sich die Bedenken selbst seltsamerweise nie aussetzen.

In Marketingdeutsch übesetzt: Entdecke das Gute an einer Idee, statt das Schlechte zu suchen.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:02

Sexy

Als Marke sollte man unbedingt darauf achten, echt sexy zu sein. Es spart ungemein viel Geld, Zeit, Gerede und Werbemittel, wenn man einfach begehrenswert ist. Wenn man allein durch die bloße Tatsache der physischen Gegenwart überzeugen kann und nicht überreden muss. Das ist total cool.

Früher, viel früher, noch länger her. Da zogen wir, ein paar Schuldfreunde und ich, freitags und samstags aus, um Mädchen ab zu bekommen. Wir pilgerten in Diskotheken. Im Auto schon ein paar Schluck alkoholisches Schmiermittel, um geschmeidig zu werden. Und dann rein in die Disse. Angriff der Pickelboys.

So standen wir da. Cool. Total. Extrem gelassen. Geschmeidig eben. Bewegungslos. Fünf Stunden festgeklammert an einer Cola. Und standen und standen. Die meisten (eigentlich alle) gingen, wie sie gekommen waren, wieder nach Hause. Allein. Super. Echt toll. Aber immer ganz nah dran. Immer knapp gescheitert. Die hat mich doch, die wollte doch ... Ergebnis? Nichts! Nada! Niente! Rien! Dabei hatten wir uns immer so viel vorgenommen. Unsere Wirkung als Marke war offensichtlich mäßig. Das kann man hinnehmen oder sich auch noch zum Tanzbär machen oder reihenweise Getränke ausgeben (was wir uns nicht leisten konnten, schon damals waren die Budgets knapp).

Irgendwann schnallte ich, dass der als Eroberungsmarkt angekündigte Point of Sex ein brutaler Verdrängungsmarkt war. Die Nummer lief nur in die richtige Richtung, wenn man über seinen Schatten springen konnte und nach 02.00 Uhr nachts zum brutalen Angriff überging. Die Quote war beeindruckend hoch. Und mein kleiner Markenstern am Firmament derer, die nicht mehr immer allein nach Hause gehen mussten, ging auf. Ich kann mich erinnern, dass dies ein gutes Gefühl war.

Das Wichtigste war, dass man die Auserwählte zum Lachen brachte und zwar sofort und laut. An der Lautstärke des Lachens konnt man den Weg zum eigentlichen Ziel schnell erkennen. Kein Lachen, kein Sinn. Weiter ging es. Somit scheint neben dem Sexysein ein weiter Aspekt Marken gut zu tun, nämlich Sympathischsein und bekannt, vor allem für das, worum es eigentlich geht. Wenn viele Freunde von mir immer unheimlich nah dran waren, war ich schon .... Essen + Kino, Essen + Kino ... war deren Plan. Denn ich bis heute bescheuert finde. Wie Duschenwollen, ohne nasse Füße zu bekommen.

Ich glaube, dass Marken wie Menschen sind, und dass die Geschichten immer dieselben sind und sich nur wiederholen. Täglich grüßt das Murmeltier. Und da draußen sind immer noch Menschen, die glauben, an Ziele zu kommen, wenn sie nicht zum Punkt kommen. Die Kunden nicht mal zum Schmunzeln bringen, nicht sexy, bekannt und begehrt sind. Leider bleibt die Wahrheit bis auf weiteres verschollen, weil Jungs wie Männer die Wahrheit lieber so darstellen, dass sie nicht ganz so schlecht dabei weg kommen. Und da habe ich ...! Und dann ging es los ...!

Und mir glauben viele nicht, weil sie Angst vor der Abfuhr haben. Ich nenne das einfach ergebnisorientierte Risikominimierung mit dem Ziel einer wesentlich höheren Chancenverwertung. Warum in eine Zielperson investieren, bei der man ohenhin nicht zur Sache kommt. Und wie gesagt, die Quote beim Prinzip "Offen-, Ehrlich-, Direkt-, Schnörkellos- und Sympathisch-Sein" finde ich bis heute rückblickend beeindruckend. Sag, was du willst, und beschwer dich nicht, wenn du es bekommst.

Die Quote zeigt auch, dass Mädchen aus dem selben Grund da waren wie wir. Davon sind wir nie ausgegangen. Wir dachten, die wären nur zum Stehen, Grinsen und Tanzen da. Aber niemand hatte auch klar seine Absichten zu erkennen gegeben. Wie dumm. Und da waren viele dabei, die wirklich sexy waren.

Dass meine Theorie stimmt, kann nur ein einziger Mensch wirklich bezeugen. Denn dem habe ich diese mal unter Beweis gestellt. Aber das ist schon lange her. Sehr lange. Aber wie gesagt, das Leben ist eine ständige Wiederholung und alle tun so, als ob alles zum ersten Mal passiert. Ich weiß, dass es nicht so ist. Alles war schon mal da und alles kommt wieder. Nur die Form ändert sich.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:00

Wer hat Angst vorm schwarzen Mann

Niemand?!

In der Werbung ist der schwarze Mann "der Kreative". Schwarze Schuhe, schwarze Socken, schwarze Hose, schwarzes Hemd (wahlweise T-Shirt und/oder Pullover schwarz). Und wenn Brille, dann mit schwarzem Rand. Die Präsentationspappen sind schwarz. Und der legendäre und ebenso berühmte GGK-Sarg ist ebenfalls schwarz.

Früher waren es genau die Männer (manchmal auch Frauen), die den Weg geebnet haben für Mut, Ideen und Veränderung. Nichts hat der Kunde mehr geliebt, als sich von der geballten, selbstbewußten Überzeugungskraft des schwarzen Mannes verleiten zu lassen, etwas Mutiges zu entscheiden. Die Idee, die Argumentationskette und die Chance auf eine gewünschte Wirkung haben den Kunden dazu geführt, für einen Moment die Logik außer acht zu lassen und seinem Bauchgefühl zu folgen.

Das ist vorbei. Seit langem. Wenn heute der schwarze Mann kommt, ähnelt das mehr dem Kinderlied. Dann wird es teuer. Dann wird es mühsam. Dann wird es emotional. Viele Kunden wünschen und wollen das nicht mehr. Sie wollen Zahlen, Fakten und Daten, die ihnen ganz klar vorher sagen, wie es nachher ausgeht.

Das ist die Zeit des grauen Mannes. Schicke Schuhe, graue Socken, grauer Anzung, blaues Hemd, graue Kramatte und Brille ohne Rand. Kein Präsentationssarg, sondern grauer Laptop mit grauem Beamer. Keine Pappen mehr, sondern 100 Seiten graue Theorie.

Bloß alles richtig machen. Alles logisch. Alles nachvollziehbar. Alles belegt. Alles analysiert. Alles fundiert. Alles getestet. Alles spricht dafür. Und alles hat am besten schon mal wo anders super funktioniert.

Die Ergebnisse sprechen nur eine eindeutige und andere Sprache. Aber der graue Schleier unserer Zeit verhüllt dies zumeist. Bis es Bäng macht. Und sich alle wundern, wie konnte das nur passieren.

Wie viele Unternehmen sind durch falsche Kommunikationsideen zugrunde gegangen?
Wie viele Unternehmen sind an emotinalen Eitelkeiten und am Über-Ich einiger Weniger gescheitert?

Der schwarze Mann ist nicht der Buh-Mann, den viele in ihm so gern sehen würden. Die Lila Kuh hat den Kunden ein Taschengeld gekostet. Das Honorar für das Nike Logo würde eine Familie in Mettmann mit 2 Kindern nicht mal einen Monat lang ernähren. Mit dem Konzepthonorar für die Sixt-Kampagne könnte man nicht mal einen Mittelklassewagen kaufen.

Wenn heute einer nur das Wort "Idee" sagt, stellt schon einer sofort fest: "Ideen brauchen wir nicht, die haben wir selbst. Die sind ohnehin viel zu teuer."

Für noch so gute Ideen, sehe ich bis auf weiteres echt schwarz. Wegen zu viel grau.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 09:00

Donnerstag, 1. Juni 2006

One Blog here, one Blog there

Nach der Eröffnung des note.blogs sind vermehrt Fragen zum Thema Blog an sich aufgekommen. Ziel, Nutzen, Anwendung, Mitmachen usw.

Dazu einige Anmerkungen. Blogs gibt es mittlerweile sehr viele. Sich eine Übersicht verschaffen zu wollen, ist unmöglich. Und wird immer unmöglicher.

Die meisten Blog haben primär das Interesse, dieses Medium für eigene Interessen zu nutzen um zu bestimmten Such- und Sachverhalten im Google Ranking möglichst weit vorne zu landen. Das erspart den Blog-Betreibern die Investittion von Werbegeldern.

Die Redundanz von bestimmten Begriffen spült diese eigentlichen Interessen dann nach vorne. Diese Art der Blogs hat das Interesse, dass möglichst viele Links zum Blog führen und möglichst viele Links zu anderen Blogs führen. Diese Vernetzung erhöhrt die Redundanz der gewünschten Häufung von Begriffen.

Vereinfach ausgedrückt, es ist nicht erlaubt, einfach 100 x "note ist die beste Werbeagentur in München", "note ist die beste Werbeagentur in München", "note ist die beste Werbeagentur in München" ... und so weiter zu schreiben. Auch wenn sie es wäre.

Dann fliegt man raus, bei Google. Wie BMW schmerzlich erfahren musste.

Zudem ist es auch ratsam, sich in der Öffentlichkeit des Blogs vorsichtig zu bewegen. Denn die vermeintliche Öffentlichkeit kann zur Falle werden, wie im bekannten Fall Jung von Matt passiert.

Die Menge der Blogs ist nicht beeindruckend. Denn die meisten sind mausetot. Was mit großem Elan begonnen wurde, endete oft sehr schnell auf dem Friedhof der Blogs.

Auch gelten hier längst die Gesetze der Kommunikation. Aufmerksamkeit verpufft. Es geht um die 3 K: Kontinuität, Konseqeuent und Kreativ.

Kontent, neudeutsch für "relevanter Inhalt", ist entscheidend für die Wirkung. Ein sehr gutes Blog ist zum Beispiel der Law.blog. Er ist immer hart am Thema und sehr informativ. Eines der wohl besten Themenblogs.

Eins meiner Lieblingsblogs ist die riesenmaschine.de . Weil es vom Text her einfach wunderbar ist. Sehr erfolgreich ist ein anderes Blog, in dem ich auch schon häufig in die Tasten gehauen habe, das Marketing-blog.biz.

Eine kleine Übersicht, die aber selten aktuell ist, gibt folgender Link zu den Top 100 Weblogs.

Aber die Welt der Blogs ist groß, die guten findet man selbst kaum, außer ein Insider bringt einen darauf. Trotzdem ist das Blog als Medium interessant. Denn man darf eigentlich nichts wirklich glauben. Alles ist möglich und alles ist erlaubt, außer alles, was gegen Marken- und Urheberrechte verstößt. Davon sollte man die Finger lassen. Unwissenheit schützt auch hier vor Strafverfolgung nicht.

Mehr zur Welt der Blogs demnächst hier.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 11:36

Marke, du bist so alt, wie andere dich fühlen

Immer wieder trifft man auf ein Phänomen: Marken überaltern und verlieren den Anschluss. Sie bedienen nur noch ihre mitalternde Kernzielgruppe und sterben mit dieser sukzessive aus. Die Fernsehzeitschriften Gong, Bild & Funk, Hörzu sind solche Beispiele. Aber auch Marken wie AEG, Grundig, Neckermann, Dual gehören in diese Kategorie. Neuere Beispiele folgen wie Sony.

Was ist passiert? Wann ist es passiert, und vor allem: warum? Das würdet ihr gern wissen? Darüber hab ich aber keine

Lust, nach zu denken, weil man sich nur mit der Schuldfrage beschäftiigt. Mir ist an Lösungswegen gelegen. Passiert, ist passiert. Alle Kraft in die Lösung stecken.

Wenn man sich z.B. den IKEA Katalog nimmt, hat man nicht das Gefühl, dass die Marke 53 Jahre alt ist. Was sie ist. Sie wirkt wie um die 30 Jahre.

Gute Marken befinden sich im Lebenszentrum und bleiben auch da: Nivea, Addidas, Nutella, Cornflakes, McDonalds, Apple usw. Die sind wie in dem Film "A beautiful Mind" diese schizophrenen Menschen, die immer gleich alt bleiben, obwohl man selbst älter wird.

Nicht so gute Marken werden mit einem, mit der Zielgruppe älter. Und somit reißt die Verbindung zu anderen Zielgruppen ab. Und die eigentliche Zielgruppe nimmt zudem ab, weil diese sich oft nicht mehr mit der alternden Marke identifizieren. Sondern lieber sich mit einer Marke umgeben, die im Lebenszentrum steht.

Somit gilt es, eine Marke immer über Jahrzehnte im Lebenszentrum zu halten, um neue Zielgruppen gewinnen zu können und alle anderen, so lang es geht, an sich binden können. Das geht aber häufig in die Hose. Weil die Macher der Marken selbst älter werden, die Werber auch. Und sie immer nur ihr eigenes Lebensbild wiedergeben. Sie lassen die Marken mit sich selbst mit altern. Anstatt dafür zu sorgen, dass diese im Gegensatz zu ihnen im Lebensmittelpunkt bleibt.

Neid? Arroganz? Unwissenheit? Ist mir egal! Es passiert. Ständig, viel zu oft und immer wieder. Wie bemerkt man, ob die eigene Marke noch am richtigen Ort zur richtigen Zeit steht? Malen Sie sich ein Bild von Ihrer Marke als Person, als Mensch. Ist sie männlich, weiblich. Wie alt? Glatze, Bauch, sportlich, Familienstand? Stil, Klamotten? Was für ein Auto fährt Ihre Marke? Wo macht sie Urlaub? Wenn dieser Mensch, der vor Ihrem inneren Auge erscheint, im Lebensmittelpunkt steht, einen positiven, zuversichtlichen Charakter hat, sympathisch und bei denen, bei denen es sich lohnt, bekannt ist, wenn er so ist, wie die meisten Menschen sein wollen, dann ist alles in Ordnung. Weicht er ab, korrigieren Sie das schnell. Denn Marken nicht pflegen ist wie Zähne nicht putzen.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 11:19

Mittwoch, 31. Mai 2006

eine frage der identität

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 18:43

Konfuzion sagt... (2)

...Denk nicht ständig darüber nach, was man noch hinzu tun könnte, sondern viel mehr, was du getrost weglassen kannst.

In Marketingdeutsch übesetzt: Richtig gut ist etwas erst, wenn es mit wenig Mitteln viel erreicht.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:21

Dienstag, 30. Mai 2006

weltverbessert die erste

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 20:38

Die glorreichen 7 Erfolgsfaktoren Deutschlands

Es sind wenige Dinge, die uns immer wieder stark gemacht haben. Die uns den Kopf aus der Schlinge gezogen haben. Deutschland ist immer dann am Stärksten, wenn niemand damit rechnet. Wenn es am Boden zerstört scheint. Auferstanden aus Ruinen – das ist ein sehr deutsches Bild. Somit sind wir auf dem besten Weg, wieder mal von ganz hinten nach ganz vorne zu kommen.

Aber da ist noch mehr. Was macht uns so besonders:

1. Das Scheiß-Wetter.
In einem Land, in dem 7 Monate das wetterliche Grauen herrscht, kann man nur eins tun: Arbeiten. Der Dauerregen schafft Bruttosozialprodukt wie kein Anderer in diesem Land. Da muss man sich irgendwie beschäftigen. Oder abhauen. Aber dazu haben immer weniger das nötige Geld. Deshalb, ein positiver Standortfaktor ist und bleibt - das Scheiß-Wetter.

2. Die miese Stimmung.
In einem Land, in dem alle davon ausgehen, dass eigentlich nichts gut gehen kann. In dem alles schlecht geredet wird. Da kann man sich auf eins immer verlassen, auf seine kollektive Trotzreaktion. Das, was mal aus Überheblichkeit geboren wurde, landet schon bald in der Realität und dann will der Deutsche allen zeigen, wo der Hammer hängt und der Bartel den Most holt. Wartet nur ab.

3. Das schlechte Umfeld.
Es ist einfach alles zu schön und glatt gewesen. Das kotzt den Deutschen an. Der Deutsche ist dann am Besten wenn er alles wieder in Ordnung bringen kann. Dafür muss er aber erst alles in Unordnung bringen. Weil das niemand für ihn macht, muss er sogar das selbst machen. Wer– außer dem Deutschen – würde das freiwillig für sein Land tun?

4. Die bodenlose Überheblichkeit.
Das ist ein Garant für die goldene Zukunft Deutschland. Made in Germany. German Quality. The german. It´s german. Just german. Wir glauben, dass alle Atome, die diesen Planeten zusammenhalten, von deutschen Teilchen gehalten werden. Das ist die Einstellung, aus der echte Sieger gemacht sind. Du bist Deutschland. Du bist Pattex. Deutschland ist Papst. Wir werden Weltmeister. Ach, was rede ich, wir sind Weltmeister.

5. Die Lobby-Dichte.
Darauf ist Verlass. Nichts ändert sich, wenn nicht die Richtigen daran profitieren. Kontinuität im Selbstbedienungsladen Lobby-Deutschland. Na, zu welcher gehören Sie? Keiner? Mist! Da bleiben Ihnen bis auf weiteres nur die Krümel. Oder treten Sie bei, dem Land der Vereine und Verbände. Es gibt viel zu Mauscheln, fangen Sie an.

6. Die geografische Lage.
Wenig Küstenstreifen, wenn man mal Frankreich, Spanien, Portugal und England ansieht. Da bleibt keine Zeit am Strand rum zu hängen und den ganzen Tag zu kiffen. Keine wirklichen Berge, betrachtet man mal Österreich und die Schweiz. Das heißt, wir haben Weitblick. Egal, in welche Richtung wir auch schauen. Grenzen über Grenzen. Außer Guatemala und Kyerbirgusistan grenzen alle Länder dieser Welt an unser Land. Die müssen immer an uns vorbei, wenn die an uns vorbei wollen.

7. Der Bermuda-Ruhrpott.
Wer uns nicht gefällt, den schicken wir von Düsseldorf aus auf die alte B1 über Essen nach Gelsenkirchen. Der ist für immer weg. Da sind über 20 % der Arbeitsplätze verschwunden. Da ist das ganze Wirtschaftswunder der 50er drin versunken. Die ganze deutsche "Bloß nicht wieder die Bayern" Fußballhoffung. Da verschwindest auch Du, wenn Du nicht mitziehst.

Das sind 7 gute Gründe, an Deutschland zu glauben, weil man daran verzweifelt. So sind wir. Wenn wir alle am meisten ärgern wollen, dann werden wir auch noch Weltmeister. Es muss nur schiffen wie aus Kannen. Alle müssen gegen uns sein. Ein völlig desolates Umfeld in Form des DFBs. Der Trainer muss nur behaupten, dass wir natürlich im eigenen Land wie immer Weltmeister werden. Auf den Rängen dürfen nur Funktionäre und Lobbyisten sitzen. Das Turnier ist in Deutschland. Das Endspiel in Dortmund. Und der Bus von Brasilien fährt von Düsseldorf aus los. Dann – nur dann werden wir Weltmeister. Und alle werden uns dafür hassen. Und wir werden uns genau darüber am meisten freuen.

Erstveröffentlichung im Marketing-Blog.biz am 10.April 2006

```
Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 12:29
```

Konfuzion sagt... (1)

... Warum die Kirschen mit viel Mühe aus der Krone eines Baumes pflücken, wenn in Reichweite genügend reife zum Greifen nahe sind?

In Marketingdeutsch übersetzt: Konzentriere dich in erster Linie auf Kunden, die dich offensichtlich wollen, und hör auf, die zu überreden, die du nicht überzeugen kannst.

```
Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 09:14
```

Reale vs. irreale Welt

Wenn die Logik mit der Vernunft durch geht und den Sinn dabei völlig links liegen lässt.

Real ist das, was für den jeweiligen Organismus, sprich: die Existenz, wesentlich ist. Irreal ist alles andere. Somit schreitet das Individuum Mensch täglich aus der realen Welt in eine irreale und zurück. Dieses Hin und Her bekommt ihm anscheinend nicht gut. Beide Seiten dieser Medaille scheinen sich zu beeinflussen, in Abhängigkeit zu stehen. Obwohl wir real Gesundheit, Freiheit, Unabhängigkeit, Sexualität und vieles mehr als primär und wesentlich ansehen, können wir dies nur realisieren, genießen, empfinden, wenn wir uns in der irrealen Welt alles verdienen.

Wir brauchen Geld, um wirklich sexy zu sein. Viel Geld. Wir benötigen aus der irrealen, vergänglichen und austauschbaren Welt Anerkennung, Verantwortung, Macht, Recht und jede Menge Bares. Um in der realen Welt gut bestehen zu können. Denn, wenn das eigene Leben von Anfang bis Ende geil sein soll, dann gilt es, in der irrealen Welt etwas dar zu stellen. Etwas Überragendes.

Wie geil wir offensichtlich in der realen Welt sind, dokumentieren wir durch Status und Symbole. Durch unzählige Merkmale, Anschaffungen, Geschichten und andere Boten der vordergründigen Glückseligkeit. Der Altar unserer Leistungsfähigkeit ist voller Statussymbole. Die das zum Ausdruck bringen sollen, was wir nicht anders rüber bringen können. Wie soll man „ich bin glücklich“ denn auch zur Schau stellen?

Marken sind Brücken aus der irrealen Welt in die reale. Produkte sind dies auch. Dienstleistungen ebenso.

Nicht mehr und nicht weniger. Aber leider hat der Mensch auch hier wieder mal die Realitäten vertauscht. Längst lebt er im festen Glauben, dass die irreale Welt eigentlich die reale ist. Das ist so, als ob wir den Schlaf als das eigentliche Leben bezeichnen würden und nicht die Wachphase. Die reale wird somit immer weiter in den Hintergrund gedrängt. Und der Mensch fängt an, die Wirklichkeit nicht mehr von der Wahrheit unterscheiden zu können. Noch schlimmer, er tituliert seine eigenen Wahrheiten als Wirklichkeit. Und genau an diesem Punkt wird Marketing und Kommunikation zynisch, absurd und seltsam. Denn, wer den Unterschied nicht kennt, der verhält sich auch irrational. Beispiel: die letzte Bundestagswahl. Bei Befragungen, die zur falschen Prognose geführt haben, müssen Menschen absichtlich falsche Angaben gemacht haben. Sie verhalten sich irrational. Was die rationale Betrachtung mit Blick auf das amtliche Endergebnis unmöglich macht. Juventus Turin, Michael Schuhmacher in Monte Carlo. Politik, Wirtschaft und die Medien laufen völlig aus dem Ruder und entfernen sich in Lichtgeschwindigkeit von der Realität. Alles wird unternommen, um ein möglichst großes Stück vom Kuchen ab zu bekommen. Es ist nur dasselbe, an dem die Gesellschaft gerade zu ersticken droht.

Wo wir uns damals noch 3 schwarze Streifen auf die billigen Metro Turnschuh gemalt haben, hängen heute weiße iPod Kopfhörer an billigen MP3-Playern. Das heißt, wir glauben Apple zu sehen, dabei ist es ein Discount-Player. Der Schein genügt dem Menschen. Es bedarf nicht des Originals. Es ist Mode, mit falschen Prada-Taschen herum zu laufen. Fette,

goldene 30-Dollar-Rolex zu tragen. Der Anscheint trügt. BMW X5-Fahrer mit einer 3-Liter-Diesel-Motorisierung legen Wert darauf, dass die Produktkennzeichnung nicht sichtbar ist. Um den Eindruck offen zu lassen, es könnte ja auch ein fetter Benziner sein.

Die große Schlacht um Geltung und gegen den Minderwertigkeitskomplex nimmt immer verrücktere Formen an. Muss es auch, denn es entfernt sich alles vom Wesentlichen – der Realität.

Und jetzt kommt es. Nicht wie damals, weil man kein Geld hatte, sondern es ist besonders cool, wenn man Geld hat. Da sitzen Top-Manager mit deutlich 6-stelliger monatlicher Entlohnung auf 9 € Economy Sitzplätzen im Billigflieger. Und posaunen das in jedem Meeting raus. Im gleichen Atemzug deuten sie auf das blaue Hemd unterm grauen Sakko und sagen stolz: Aldi, 12,99.

Jäger. Eine neue Spezies von Jägern reift heran, um den Übergang zwischen realer Welt und irrealer verwischen zu lassen. Ganze Branchen, viele Hersteller und ihre Produkte orientieren sich an dieser Entwicklung. Man könnte sie nennen: So wie. Look alike. Armut als neuen Reichtum dar zu stellen. Da scheint es ein großes emotionales Defizit zu geben. Eine Art Epizentrum des Selbstwertgefühls.

Was treibt Menschen dazu, so zu tun, als ob man nichts hätte, obwohl sie alles haben könnten? Und andere können nicht anders. Die kommen sich doch total verarscht vor. Der Arbeitslose Familienvater kratzt im Aldi alles zusammen, was er noch für die letzten 26 € bekommt. Und neben ihm steht so ein Typ mit Einstecktuch, der den Wagen voll packt und sich vor Lachen kaum noch halten kann.

Die Vermischung der beiden Welten nimmt bedrohliche Ausmaße an. Eine strikte Trennung würde vielen nicht nur gut tun, sondern besser zu Gesicht stehen.

Sonst sitzen die Einstecktücher bald in der Obdachlosen Suppenküche von der Caritas und finden das total hip. Das offensichtliche, emotionale Defizit kann man nicht mit Grenzüberschreitung bewältigen, sondern mit einer klaren Trennung. Real ist das, was ist. Und alles andere ist und bleibt irreal. Man wird nicht zum besseren Mensch, weil man nur so tut, als ob. Sondern weil man so ist wie.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 09:12

Montag, 29. Mai 2006

Agenturen am Rande des Wahnsinns?

Böse Zungen behaupten:
Sie tun alles. Immer mehr. Immer schneller. Für immer weniger. Und das alles immer schlechter.

Ja, geht denn das? Nein. Lange Zeit wurde die Werbewelt getragen, mit getragen. Auf einer rosa Wolke des Wachstums. Eroberungsmärkte so weit das Briefing reichte. Jetzt regnet diese Wolke unerbittlich ab. Im Verdrängungsmarkt machen sich die Agenturen erst mal selbst überflüssig. Agenturen schmeißen sich geradezu in den Dreck vor ihren Kunden und vor allem vor Neukunden. Man verspricht einfach alles, um irgendwie an neue Kunden zu kommen oder alte nicht zu verlieren. Dabei geht die Wertschöpfung – und damit ist nicht nur die materielle gemeint – völlig den Bach runter.

In keinem Moment hat die Branche ihr wichtigstes Gut beschützt. Der heilige Gral der Daseinsberechtigung ist nicht mal von den GWA Agenturen beschützt worden. Ganz im Gegenteil. Das einzig wirklich Wertvolle und Sinnvolle, das Werbeagenturen zu leisten im Stande sind, taucht nirgends mehr auf: Die Idee. Diese wird umsonst präsentiert. Nicht mal kostenlos, sondern auf ganzer Linie umsonst. Ideen werden den Kunden hinterher geschmissen, um an die begehrten Werbemittel- und Maßnahmen-Töpfe zu gelangen. Das gelingt aber nicht. Der Weg an die heiligen Budgettöpfe führt schon lange nicht mehr über die Idee, sondern über ganz andere Schienen. Das muss man wissen, wollen und können.

Das Selbstwertgefühl einer ganzen Branche ist wie ausgelöscht. Mutlos. Ideenlos. Und bloß immer alles richtig machen. Keine Gegenwehr, keine Reaktion. Nur Erklärungen, Erläuterungen und Entschuldigungen. Die Zeit. Die Zeit ist schuld. Was soll man da machen? Wir können nicht anders? Die anderen machen das auch so?

Der Krankenstand und der Ideenstand in Deutschland waren aus einem Grund noch nie so niedrig: Aus Angst. Die Qualität der Werbung hat das Niveau des Vormittagsfernsehens unterschritten. Man füllt das Fernsehprogramm mit Low-Budget-Produktionen. Je billiger, desto besser. Egal, was man macht, es darf nur nichts kosten. Die Werbung agiert identisch. Sie liefert zu diesem erbärmlichen Programm die adäquaten jämmerlichen Werbebotschaften. Und weil es alle machen, kreisen alle über demselben Misthaufen, wie die Schmeißfliegen. Die Werbung ist dümmlich: zu laut, zu grell, zu bevormundend, zu distanziert, zu viel, zu billig, zu schlecht. Sie vermiest dem Konsumenten die Lust am Konsumieren.

Dabei haben Qualität und Idee nichts mit Geld zu tun. Nicht primär. Sondern mit Wirkung. Aber Kunden und Agenturen haben sich darauf geeinigt, aufmerksamkeitsstark zu sein. Egal, wie. Jedes Mittel scheint recht zu sein. Hauptsache Auffallen. Welche Wirkung von einem solchen Verhalten ausgeht, interessiert noch keinen. Noch.

Denn alle Entwicklungen sind zum Glück nur Entwicklungen, die dummen wie die schlauen. Deshalb werden viele irgendwann dahinter kommen, dass es sich lohnt, am besten nur an einer Sache zu sparen: An schlechten Ideen. Denn die kommen rückblickend immer viel teurer, als es die nackten Zahlen zum Ausdruck bringen können.

Jetzt fehlen uns nur noch zwei Arten von Menschen: Die einen, die richtige Ideen machen können, und die anderen, die richtige Ideen entdecken können. Dann geht es wieder auf in die richtige Richtung.

Und immer daran denken. Es gibt natürlich immer Ausnahmen. Damit die Regel sich auch bestätigt.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 16:55

Leider zum Verwechseln ähnlich

Verwechslungsgefahren lauern überall.

Individualität mit Konformität. Idee mit Einfall. Kennen mit Können. Wissen mit Intelligenz. Information mit

Kommunikation. Manager mit Unternehmer. Konsum mit Qualität. Preis mit Wert. Politik mit Veränderung. Produkt mit Nutzen. Vorteil mit Egoismus. Arbeitslosigkeit mit Faulheit. Islammisten mit Terroristen. Kinder mit Belastung. Alten Menschen mit Kosten. Fernsehen mit Bildung. Scheitern mit Versagen. Reichtum mit Wohlstand. Geld mit Glück. Krawatten mit Kompetenz. Garantie mit Haltbarkeit. Wahrheit mit Wirklichkeit. Teuer mit Wertvoll. Tradition mit Veraltert. Innovation mit Funktion. Arbeit mit Stress. Jugend mit Fortschritt. Modern mit Neu. Locker mit Unprofessionell. Quoten mit Relevanz. Statistiken mit Tatsachen. Schreiben mit Texten. Kapital mit Recht. Macht mit Verantwortung. Aktionismus mit Modernisierung. Lust mit Last. Autos mit Mobilität. Handys mit Unabhängigkeit. Rauchen mit Freiheit. Öffentlichkeit mit Ruhm. Stars mit Sternchen. Job mit Sicherheit. Selbstständigkeit mit Freiheit. Anordnen mit Gestalten. Risiko mit Angst. Fremd mit Gefahr. Gewalt mit Lösung. Sex mit Liebe. Glaube mit Religion. Geschmack mit Kaufen. Bürger mit Mitbürger. Gewinn mit Geld. Behinderung mit Krankheit. Provokation mit Kunst. Sonderangebot mit Günstig. Reisen mit Erholung. Wachstum mit Endlos. Mitleid mit Toleranz. Lernen mit Auswendig. Gedruckt mit Objektiv. Spielerisch mit Kampf. Position mit Fähigkeit. Gehalt mit Bereitschaft. Status mit Verdient. Freundschaft mit Bekanntschaft. Vernunft mit Sinn. Befreiung mit Unterwerfung...

Das sind nur die, die mir so adhoc einfielen. Wie soll da überhaupt was klappen? Wenn die Meisten den eigentlichen Sinn, des jeweiligen Sinns schon nicht verstehen und zudem auch noch verwechseln. Verwechslungen also überall.

Geschrieben von Christof Hintze in 02 . Blickwinkel um 16:53

weltverbessern zum üben

Geschrieben von Peter von Felbert in Vorbildlich um 13:08

note.Blog.Redaktions.Konferenz

Liebe Mit.Blogger,

jeden Montag findet eine note.Blog.Redaktions.Konferenz statt. Ihr seid alle eingeladen, euch am Blog zu beteiligen. Ob mit Themen, Artikeln, Kommentaren, Verbesserungen, Hinweisen, Beiträgen, Links, Fragen, Antworten, Empfehlungen ... Alles, was das note.Blog nach außen und nach innen besser und lebendiger macht, ist herzlich willkommen und wird schnellstmöglich umgesetzt, veröffentlicht, realisiert oder integriert. Eine Mail genügt.

Denn: Es gibt nichts, was man nicht besser machen kann.
Danke. Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 12:27

Eröffnung. Montag, den 29. Mai 2006. Genau hier.

Gefunden. Endlich. Schön, dass du gekommen bist. Kommen konntest. Ich hoffe, die Wegbeschreibung hat geholfen. Ein Glück, man musste keinen Parkplatz suchen. Und die Anreise war nicht all zu umständlich. Die Kleiderordnung ist gänzlich aufgehoben. Getränke bitte aus der eigenen Küche entnehmen.

Wenn es möglich ist, das Über-Ich bitte beim Webbrowser abgeben. Noch nie war Gleichheit so nah und möglich wie hier und jetzt. Vor dem Blog sind alle DOS und Macs gleich. Aus der ganzen Welt sind Leute online angereist. Den weitesten Weg hatten wohl Heiner Faust (Japan) und Daniela Semm/Walt Kemmerer (Australien). Weiter geht es auch nicht. Dann müsste schon der Mann im Mond mit von der Webpartie sein.

Aber auch aus Düsseldorf, meiner alten Heimat, sind viele mir sehr liebe Menschen erschienen. Natürlich auch aus München, Nürnberg, aber auch aus Hamburg, Berlin und Köln. Bald wieder aus Oberhausen, Saarbrücken, Frankfurt und aus vielen anderen Orten aus dem In- und Ausland. Eigentlich alles Menschen, die irgendwie mit Marketing und Kommunikation zu tun haben.

Ich habe vor allem Menschen eingeladen, die ich im engsten Sinne als „Gleichgesinnte“ bezeichnen möchte. Mit der

Hoffung, dass hiermit ein Ort geschaffen wurde, an dem wir uns austauschen können. An dem wir in unserem jeweiligen persönlichen und gemeinsamen Bestreben vorankommen können.

Ein Anfang ist gemacht. Wohin die Internetreise gehen wird, wird die Zeit zeigen. Wie gut die Saat dieser Idee ist, wird der Webboden zeigen. Mein Ziel ist es, das andere und neue Denken als das normalste der Welt zu etablieren. Auch dem Nachdenken, Überdenken und Ausdenken ein Zuhause zu geben. Ich will dem lauten Konsumrauschen einen guten Qualitätston entgegen setzen.

Dieses Blog soll meine Welt verändern. Zu einer hoffentlich besseren. Mein Kopf ist voller Wahrnehmungen, die ich nicht weiter nur für mich behalten will. Das Reflektieren der Umwelt soll öffentlich so normal werden, wie das Atmen. Ich werde alles dafür tun. Verbunden natürlich mit der stillen Hoffnung, auch deine/Ihre Welt um positive Aspekte und Impulse zu bereichern.

Lösen wir die Handbremse der Vernunft. Und steigen wir fulminant auf das Gaspedal der Sinne. Übereinstimmung und Zustimmung macht uns sicher und besser. Lassen wir dem Denken das entsprechende Handeln folgen. Warum eigentlich nicht.

Sinn statt Vernunft. Mehr Rock n Roll.

Christof Hintze

Mein Wunsch an euch! Habt Spaß. Lest, wann und was ihr wollt. Antwortet nur, wenn ihr Lust habt. Und tragt die Idee „note“ weiter, wenn sie euch/dir gefällt. Macht mit. Macht was. Vielleicht ist das der Anfang einer wunderbaren Sache. Zwischen uns allen. Hier gibt es jeden Tag etwas zu entdecken, einen Gedanken aufzunehmen, oder zu verwerfen. Vielen Dank, denn bis hier haben wir es schon mal geschafft. Das ist viel weiter, als ich mir hätte träumen lassen.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:40

Montag, 15. Mai 2006

Marketing-Denkanstoß Nr. 4

Paradigmenwechsel. Kontextwechsel. Transfer. Refraiming. Mir ist aufgefallen, dass ein Großteil der Ideen, die ich täglich benötige, gar nicht am Arbeitsplatz entsteht. Zudem stammen die Ideen oft aus anderen Themenwelten. Und wenn ich andere schreibe, dann meine ich völlig andere. Ich hole sie einfach nur rüber. Ideen, die ich entdecke, die haben oft an anderer Stelle schon super funktioniert.

Die können auch aus einer anderen Zeit sein oder aus einer anderen Kultur. Oft stammen sie aus einem ganz anderen Themenfeld. Aus der Kunst, dem Kochen, der Literatur, der Musik, oder aus der Welt meiner Kinder. Alles ist erlaubt.

Ich wandere oft in anderen Welten, um da Ideen einzusammeln. Man weiß nicht, was man braucht und wann man es braucht. Aber ein Großteil aller Ideen gelangt über den Paradigmenwechsel zu mir. Deshalb lohnen sich Reisen im Kopf. Und auch physische Reisen so sehr.

Man muss nur alles sammeln, scheint es auch noch so unwichtig. Gerade im Paradigmenwechsel steckt ein großer, nicht enden wollender Quell von fantastischen Ideen. Auf die wäre ich, würde ich nur immer mein Süppchen kochen, oder mich nur in meinem eigenen Kreis drehen, nie und nimmer gekommen.

Deshalb kann ich nur jedem raten, jeden Tag, so oft er kann, etwas ganz anderes zu tun, zu sehen, zu riechen, zu fühlen oder zu denken. Andere auf anderen Gebieten zerbrechen sich auch den Kopf über die selbe Aufgabenstellung. Da Welt steckt voller Lösungen, die man nur entdecken muss, nicht erfinden.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 21:44

Sonntag, 14. Mai 2006

Marketing-Denkanstoß Nr. 3

Perspektivisches Denken. Es fällt auf, dass der Mensch die Zukunft immer linear betrachtet. Immer als stetige Fortsetzung einer Entwicklung. Immer in die selbe Richtung. So wie es für alle unvorstellbar war, dass es nicht immer weiter bergauf gehen kann, wie in den 90ern, so sind heute alle felsenfest davon überzeugt, dass es immer weiter bergab gehen muss. Pseudopositives Begleit-Gerede ist leicht als Pfeifen im Keller zu durchschauen.

So ist jedes Denken und damit auch Handeln von der Vorstellung geprägt, dass sich eine einmal bestehende Tendenz einfach fortsetzt. Ist heute schlechtes Wetter, denken alle, das bleibt jetzt immer so. Verliert eine Fußballmannschaft, dann verliert die jetzt immer. Dasselbe gilt natürlich auch für alle positiven Tendenzen.

Seltsam ist nur, zu beobachten, was passiert, wenn Tendenzen sich plötzlich in die andere Richtung bewegen, und wie das Normalste der Welt alle immer wieder völlig aus der Fassung bringt. Aktionistisch, hektisch bis hin zu panisch wird darauf reagiert, wenn sich die Richtung ändert. Dabei folgt auf Regen immer Sonnenschein. Die Frage ist nur: wann?

Im Marketing kann man dieses Phänomen besonders schön beobachten. Sobald es in der Wirtschaft irgendwo rein regnet, machen alle, aber auch alle, den Schirm auf. Die Absolutheit der Kontinuität, die immer innerhalb von Entwicklungen gesehen wird, offenbart viel darüber, wie unsere Intelligenz wirklich ausgeprägt ist. Nämlich gar nicht. Erst werden wir nie krank und dann selbstverständlich nie mehr gesund. Wir werden nie oder immer. Niemals wieder oder immer weiter. Schwarz und weiß.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 21:43

Samstag, 13. Mai 2006

Marketing-Denkanstoß Nr. 2

Die Flughäfen, Leasingautos, Hotels, die erste Klasse in der Bundesbahn, Restaurants, die Flieger – alles ist voller erfolgreicher dunkler Anzüge, mit blauen Hemden und Krawatten. Immer wireless online. Mit Laptop, Handy, Palm, Blackberry. Schnell noch mal die E-Mails checken. Sich über das Headset mobil über einen Mitarbeiter ärgern. Indem man im freien Raum an eine Glasscheibe hin redet. Als ob man laut Selbstgespräche führt. Alles sehr erfolgreiche Menschen. Das sieht man denen an. Die aber alle den Anschein machen, als ob sie sehr einsam wären. Obwohl sie alles unternehmen, um beschäftigt, gebraucht und unersetzlich zu wirken. Kein Augenkontakt zur Umwellt. Kein Humor. Die ständige Trennung von ihren Lieben wirkt sich nicht sehr positiv auf das Gemüt aus. Alphatiere so weit das Auge reicht. Wie Wölfe ständig auf der Hut. In sich gekehrt. Argwöhnisch. Abweisend. Aggressiv. Der Topmanager blitzt immer dann auf, wenn etwas Unerwartetes passiert. Eine Verspätung im Flugplan. Sofort wird er Herr der Lage. Faltet die Bodencrew. Beschuldigt. Droht und organisiert. Der sichtbare Kontrollverlust über die eigene Lebenszeit drückt sich unübersehbar im Verhalten aus. Wie die Lemminge ziehen sie aus in die Welt, um Business zu machen. Als Individualisten angetreten, zu Konformisten degradiert. Wie viele dieser Topmanager sind mit ihren Gedanken ständig woanders als im Meeting? Wie viele opfern letztendlich ihre Ehe? Freunde. Freude. Wie viele Kinder werden später ihrem Vater Vorwürfe machen? Was soll bei einer solchen Gemütslage als Top-Ergebnis raus kommen?

Der Zweck heiligt die Mittel? Ich bin mir da anbetracht der Bilder, die mir da begegnet sind, nicht mehr so sicher. Ich glaube, wir überspannen den Bogen. Schnelligkeit, Erreichbarkeit, Flexibilität sind unsere größten Gegner darin geworden, das zu tun, was wir am liebsten tun würden.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 21:42

Freitag, 12. Mai 2006

Marketing-Denkanstoß Nr. 1

Warum bemüht man sich im Job soviel darum, alle erdenklichen bis hin zu unvorstellbaren Risiken zu entdecken, zu berücksichtigen, zu verhindern, zu verringern? Sind sie auch noch so klein. Anstatt die möglichen Chancen voll auszuschöpfen. Es fließen viel zu viel Arbeit, Kraft, Aufwand, Meetings, Denken, Energie, Manpower, Zeit und vor allem Geld in die Bedenken. Statt das alles einfach in die Lösung zu investieren. Die Befürchtungen lauern für einige eben überall. Die Ideen müssen sich erwehren. Die Bedenken nicht. Das ausgeprägte Über-Ich vieler Verantwortlicher steht dem produktiven Fluss wie ein Staudamm entgegen. Das macht diese zu Unverantwortlichen.

Können die nicht anders? Wollen die nicht anders? Dürfen die nicht anders?

Man stelle sich nur mal vor: Alle negativen, destruktiven und unproduktiven menschlichen Einflüsse jeglicher Art wären für einen Tag wie weg geblasen und alles Andere käme zur vollen Entfaltung! Was dann möglich wäre.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 21:41

Donnerstag, 11. Mai 2006

Das 1 Marketinggebot vom Werbegott: Freundlichkeit.

Unter den Top 10 +1 der besten Marketing-Kommunikationsideen aller Zeiten, steht an Platz 1 "Die Freundlichkeit". Die kostet nichts. Bringt unglaublich weit. Kann jeder erlernen und machen. Öffnet Türen. Kann man immer und überall gebrauchen. Steht jedem und jeder Marke gut zu Gesicht. Darf nur nicht in das dümmlich amerikanisch-oberflächliche Grinsen abgleiten. Funktioniert deshalb nur aus innerer Überzeugung. Kann man aber leicht für sich und seine Ziele gewinnen und einsetzen. Freundlichkeit ist wie eine ewig grüne Welle in der Innenstadt. Man kommt unglaublich schnell ans Ziel. So schnell, dass man glaubt: Bin ich schon da? Freundlichkeit bedeutet: "grünes Licht" zeigen. Als Marke, als Produkt, als Dienstleistung. Aber, sie muss aus der inneren Überzeugung genährt sein. Denn die Freundlichkeit gewinnt unglaublich als Wert, wenn man auch sehr unfreundlich werden kann. Und wenn ich "sehr" schreibe, meine ich das auch so. Wer sich nicht traut, einem üblen Zeitgenossen mal richtig in die Fresse zu hauen, bei dem könnte Freundlichkeit nur wie erbärmlicher Opportunismus rüber kommen. Also, eine Übung für den Montag: Suchen Sie sich den übelsten Kunden. Lieferanten oder Mitarbeiter raus. Und hauen Sie dem ohne Ansage, Drohung oder irgendeine Ankündigung heftig auf die Fresse. So das dies alle mitbekommen. Und dann gehen Sie sofort zu dem Kunden, Mitarbeiter oder Lieferanten, der Ihnen ans Herz gewachsen ist, und sagen Sie ihm das: Sie sind mir der Liebste. Der Beste. Das wollte ich mal sagen. Ab dann ist der Bann gebrochen und alle sind überglücklich, wenn Sie freundlich sind. Und bleiben.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 17:12

Mittwoch, 10. Mai 2006

Das 2 Marketinggebot vom Werbegott: Intuition.

Alles, was wirklich gut ist, entscheidet, entdeckt und bemerkt man intuitiv. Wer seinen Kopf anstrengen muss, um dahinter zu kommen, wie gut eine Idee ist, der hat entweder keine gute Idee oder keine Intuition. Man spürt genau, wenn es stimmt. Deshalb muss man lernen, erst seine Intuition genau zu hören. Und dann auf seine Intuition zu hören. Denn nur diese schafft Großartiges. Der Kopf allein ist zu solcher Ideenqualität bei weitem nicht im Stande. Vielen Menschen fehlt diese. Oder ist abhanden gekommen. Deshalb brauchen diese uns. Leider oftmals auch Statistiken, Zahlen und Daten. Und am schlimmsten ist der Sekretärinnen-Test. Deshalb stellen diese so bescheuerte Fragen. Deshalb fällt denen nichts ein. Deshalb suchen die immer nach dem vermeintlichen Problem, anstatt das Gute an einer Idee zu entdecken. Intuition geht verloren oder wird verschüttet. Wenn man aufhört, sich selbst ein Gefühl von Allem zu machen. Und wenn ich "Allem" schreibe, dann meine ich auch Allem. Alle Sinne müssen ständig gereizt werden, um die Sensibilität für die Intuition auf einem hohen Empfindungsniveau zu halten. Wenn man aus Versehen anfängt, rationale Aspekte dem Gefühl vor zu ziehen. Dann ist es um einen geschehen. Deshalb ist Intuition das beste Marketing-Werkzeug. Kostet nichts. Kann man immer schulen. Steckt in jedem Bauch. Und ist für die wunderbarsten Dinge im Arbeitsleben wie im Privatleben zuständig. Alles andere, was so richtig in die Hose geht, war in der Regel – wohl überlegt. Grüße aus dem 7. Werber-Himmel.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:27

Dienstag, 9. Mai 2006

Das 3 Marketinggebot vom Werbegott: Einfach.

Das ist ein schwierig zu befolgendes Gebot. Denn wir besitzen zu viele Werkzeuge. Aber Einfachheit entscheidet über Wirkung oder Wirkungslosigkeit. Die erste Idee ist in der Regel die beste und einfachste. Der erste jungfräuliche Gedanke. Weil es genau der ist, der noch unbeeinflusst ist von allem Ideenschädlichen. Er ist frisch, schnell, geradeaus und losgelöst von allem Komplizierten und Problematischen. Einfach lebt vom weglassen. Vom Klaren und Verständlichen. Nur was beeindruckend einfach ist, ist zugleich unglaublich überzeugend. Vergiss vor der genial einfachen Idee alles andere, wie das Layout, den Kunden, den Job, den Chef, den Geschmack. Berücksichtige nichts, bevor du nicht die einfache Idee vor Augen hast. Die Summe deiner Gedanken ist immer zu einer einfachen genialen Idee im Stande. Wenn du lernst und bereit bist, diese zu pflücken wie eine reife Frucht. Woran du die einfache Idee erkennst? Das spürt man. Das geht wie eine warme, schöne Welle durch den Kopf und den Körper. „Das ist es!“ Sagt dir jede Faser deines Körpers. „Nichts ist stärker als eine Idee, deren Zeit gekommen ist“, sagte mal Viktor Hugo. Du musst sie nur zulassen. Immer und immer wieder. Musst lernen, sie zu beschützen und zu verteidigen. Für die einfache Idee musst du bereit sein, Opfer zu bringen. Die Wirkung wird es dir auf Heller und Pfennig zurückzahlen. Einfach. Nur einfach ist wirkungsvoll. Nur einfach ist erstrebenswert. Nur einfach ist liebenswert. Nur einfach ist hohe Lebens- und Arbeitsqualität. Und verwechsle niemals einfach mit simpel. Einfach ist schwer und wirkungsvoll Simpel ist leicht und wirkungslos. Eine einfache Botschaft vom Werbegott aus seiner himmlischen Agentur.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:29

Montag, 8. Mai 2006

Das 4 Marketinggebot vom Werbegott: K3.

Kontinuierlich. Konsequent. Kreativ. Ich möchte nicht sagen das es egal ist was man macht, Hauptsache man macht es K3. Immer wieder. Immer richtig. Immer überraschend anderes und dabei so gleich. Aber nahe dran ist man schon. Auch durchschnittlich bis schlechte Konzepte, setzen sich mit dem K3 Prinzip letztendlich besser durch, als ständiger Tapetenwechsel. Deshalb ist sehr gutes Marketing eigentlich todlangweilig. Denn man macht einmal Alles richtig und das war es dann auch schon. Marlboro ist so ein Fall. Pferde von Links. Pferde von Rechts. Weiße Pferde für Lights. Braune für Medium. Schwarze für Regular. Und einfach Wellcome to.. Das war´s. Die Moden kommen und gehen. Die Pferde stehen. An einer guten Markenpositionierung zieht alles spurlos vorüber. Mann muss nur den 3K´s folgen. Der Erfolg kommt von selbst. Man kann ihn einfach nicht verhindern. Das schaffen nur diese jungen Product Manager. Oder neue Marketingleiter. So lange die Endscheider, immer zwanghaft ihre Markierung – wie pinkelnde Hunde - an der eigenen Marke hinterlassen müssen. Natürlich gut sichtbar, so lange verdienen Werber Geld. Ein Glück gibt es zum Schutz der Werber dieses unüberwindbare Naturgesetz: Die Eitelkeit. Danke.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:29

Sonntag, 7. Mai 2006

Das 5 Marketinggebot vom Werbegott: Involvement-Strategie.

Die einen nennen es trojanisches Pferd, die anderen nennen es Involvement -Strategie. Gemeint ist das Selbe. Man nimmt sich einen wirklich durch und durch relevanten Kundennutzen. Entdeckt dazu das passende Involvement. Somit bekommt der Kundennutzen einen Träger für die Botschaft. Und das ganze versieht man mit dem passenden Absender. Der mit dieser Botschaft eindeutig in Verbindung gebracht werden will. Das ist wie ein Brief. Der Umschlag ist das Involvement. Der Brief darin die Botschaft. Und der Absender ist wohl allen klar, steht ja drauf. Die Botschaft erhält man also nur mit dem Umschlag - dem Involvement. Die Krieger nur im bauch des Trojanischen Pferd. Man muss nur rein lassen. Wie den Brief ins Haus. Das Involvement sollte aber Positiv sein. Oder Positiv und andersartig. Das Involvement ist wie ein Enzym. Ohne das ein Vitamin nicht an die richtige Stelle im Körper gelangen würde. Es transportiert den Nutzen zum richtigen Ort. So argumentiert die moderne Geisteswissenschaft. Nicht ich. Ich mach mir das nur zu Eigen. Vorsicht: nackte Frauen sind zwar ein großes Involvement, aber die fehlende Anbindung an denn relevanten Kundennutzen, macht leider nur Geil und bewirkt in die gewünschte Richtung nichts. Somit ist auch widerlegt das Sex verkauft. Außer Pornos. Kinder und Tiere, sind zwar auch schön, aber wenn es keine Verbindung zum Kundennutzen gibt, kann auch keine Werbewirkung erfolgen. So einfach wie es klingt es denn doch nicht. Denn die wenigsten fühlen dem Nutzen so auf den Zahn, dass der wie aus Stein gemeißelt vor ihnen steht. Und das entdecken, eines fabelhaften Involvements, ist dann doch nur einigen wenigen wirklich kreativen Köpfen vorbehalten. Wäre ja auch schlimm, wenn das jeder könnte. Es gibt ja auch nicht nur tolle Weine, Fußballer oder Schauspieler. That´s life.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:30

Samstag, 6. Mai 2006

Das 6 Marketinggebot vom Werbegott: Verdichtung.

Jeder Job, jeder Pitch, jeder Kunde, jedes Projekt ist eine Chance dass du besser wirst. Im selben Glas Wein, kann sehr schlechter sein. Oder sehr guter. Also, nutze jede sich dir bietende Gelegenheit um deine Qualitäten zu verdichten. Heul nicht rum weil es zu wenig Geld gibt, oder zu wenig Zeit. Das Briefing misst ist und dich keiner versteht. Sondern begreife jeden Job immer wieder als neue Chance dass du besser wirst. Zu dem was dir vorstrebt. Der Job, der Kunde und alle anderen sind nicht deine Gegner, oder tun nicht so als ob sie dich nicht verstehe. Nutze sie wie Eisschollen über einen Fluss, über die du läufst zu deinem Ziel. Stecke dir hohe Ziele und begreife, dass nur die Verdichtung der Qualitäten dir überhaupt die Chance ermöglichen, an einem Ziel an zu kommen. Wer nicht mal dass tut, kann nirgendwo ankommen. Die meisten in der Werbung klagen und beklagen sich rund um die Uhr. Wie dumm und dämlich alle sind. Das ist dumm. Jeder junge Musiker nutzt jeden Gig der sich ihm bietet um voran zu kommen. Jeder Autor jedes Buch. Jeder Fußballer jedes Spiel. Nur die Anwesenheit eines imaginären Gegners gibt dem ganzen überhaupt einen Sinn, der Gegner ist nicht das Publikum, der Leser oder der Zuschauer, der Gegner ist die Überwindung und das ständige verlangen selbst besser und besser zu werden. Die wenigsten haben das begriffen. Deshalb sind die wenigen, die es verstanden haben auch um so vieles besser als alle anderen. Du bis nicht Deutschland, Du bist dein größter Fan. Du bist Deine größte Aufgabe, Herausforderung und auch Dein stärkster Gegner. In China, verhält es ich beim Shiatsu (Druckmassage) so, dass der Therapeut sich nach der Behandlung beim zu therapierenden Bedankt. Weil er nur durch ihn weiter gekommen ist.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:31

Freitag, 5. Mai 2006

Das 7 Marketinggebot vom Werbegott: Emotion.

Die Medizin nutzt längst den Placeboeffekt. Denn was heilt, hat Recht. Nachweislich steckt in homöopathischen Medikamenten nichts Wirksames, aber ebenso nachweislich funktioniert es. Die Schulmedizin macht sich diese Tatsachen längst zunutze. Der Marketing-Welt nicht. Die rechnet immer noch an Erfolgsformeln herum. Lässt alles testen. Zieht Statistiken zu Rate. Der unbedingte Wille, nichts falsch zu machen und immer das Richtige zu tun, lässt das wirksamste Mittel der Kommunikation im Regen stehen. Und dann sind da noch die Besserwisser, die mit Logik an alles heran gehen. Die wollen alles richtig machen. Und berufen sich auf Berge von Zahlen, Daten und Fakten. Auch die lassen das beste Instrument der Kommunikation im Koffer. Die Emotion, benötigt nichts außer sich selbst. Die Kraft und Wirkung, die von ihr ausgelöst wird, erreicht und erzielt alles im Handumdrehen mit einer spielerischen Leichtigkeit. Die Emotion kann alles, was die Ratio nicht hin bekommt. Darum treffen gute Ideen immer die Emotion und lösen das aus, was wir wollen. Wenn sich alle darum bemühen, Wissen zu vermitteln, hat der Glaube schon längst Märkte versetzt. Nicht logisch, funktioniert aber.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:32

Mittwoch, 3. Mai 2006

Das 8 Marketinggebot vom Werbegott: Überzeugen.

Bleib immer bei der Überzeugung. Und fange nie an, zu überreden. Nicht dich selbst und nicht andere. Eine Idee, die nicht überzeugt, schmeiß am besten sofort in den Müll. Die meisten machen den Fehler, an den schlechten Ideen so lange rum zu fummeln, bis diese immer noch schlecht sind. Aber die Zeit, die Gute auszuarbeiten, vorbei ist. Konzentriere und reduziere dich auf deine Überzeugung. Auch Kunden wollen sofort überzeugt werden und nicht langwierig überredet werden. Auch in der Kommunikation hast du nur Sekunden, um jemanden für Deine Botschaft zu gewinnen. Wenn das nicht auf Anhieb funktioniert, dann wird es lange dauern und teuer werden, und du wirst wie früher in der Disco mal wieder alleine nach Hause gehen. Wer auf Überzeugungen aufbaut, kommt besser, schneller und zielgerichteter voran. Die Ohrfeigen, Niederlagen und das Scheitern sind ein Teil auf dem Weg zur Überzeugungskraft. Aber es ist immer ein besseres Gefühl, für eine Überzeugung Prügel zu bekommen, als für etwas, woran man selbst nicht mal richtig geglaubt hat.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:33

Dienstag, 2. Mai 2006

Das 9 Marketinggebot vom Werbegott: Orientierung.

Orientiere Dich nur an den Paradigmenwechsel in alle erdenklichen anderen

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:35

Montag, 1. Mai 2006

Das 10 Marketinggebot vom Werbegott: Die Besten.

Nur mit den Besten kommst Du an Deine Ziele. Auch wenn, oder gerade dann, wenn du der Schlechteste bist ist das für Dich nur förderlich. Mit einem viel besseren Tennisspieler Tennis spielen macht einen Schlechten um Klassen besser. Das gilt auch für die Musik, das Theater oder das Kochen. Du kannst nur Außerordentliches erreichen, wenn du Außerordentliche um dich versammelst. Den Meisten reicht es, König der Arschlöcher zu sein. Sei Du lieber das Arschloch unter den Königen. Es ist ein erhebendes Gefühl, mit den Besten zu tun zu haben. Denn auch die passenden Kunden werden sich wie angezogen fühlen, ebenso die dazu gehörigen Lieferanten. Einfach alle und alles wird aus einem anderen Holz geschnitzt, wenn Du keine Angst hast, mit den Besten zu tun zu haben. Jeder fängt mal an. Und keiner, oder nur ganz, ganz wenige, waren sofort Könige ihrer Zukunft ohne jemals über die sprichwörtlichen Dörfer getingelt zu sein. Aber das Ziel kann nur eins sein: Lebe, arbeite nur mit den Besten. Und wenn das nicht möglich ist, dann sei lieber allein mit Dir selbst und genieß die Einsamkeit. Denn nichts zieht einen mehr runter, verunsichert einen mehr, als schlechte Menschen. Plötzlich musst Du dich erklären und machst das dummerweise auch noch. Oder noch schlimmer: Sie erklären Dir, wie es wirklich geht. Und Du bist so freundlich und heuchelst auch noch interessiert. Der beste Praktikant ist eine absolute Wohltat. Die beste Putzfrau auch. Arbeite hart daran, einer von ihnen zu sein und nur diese Kaliber um dich zu haben.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:35

Sonntag, 30. April 2006

Das 10 + 1 Marketinggebot vom Werbegott: Handwerk.

Beherrsche das Handwerk. Und lerne alle umliegenden Handwerke dazu. Sonst redest du über Dinge, von denen du keine Ahnung hast. Wenn du keine Ahnung hast, dann lass dem anderen alle Freiheiten. Und quatsch ihm nicht rein. Du musst dich und das Ergebnis ihm anvertrauen. Wenn du dein Handwerk beherrschst, dann geht das in der Regel nicht nur gut, sonder übertrifft deine Erwartungen. Nichts ist schlimmer als Kunden beim Shooting. Oder Berater. Oder Texter. Die alle keine Ahnung vom Fotografieren haben, aber weil eine Digicam zu Hause lauert, so tun, als ob. Grausam. Oder Menschen, die schreiben mit texten verwechseln. Oder Layout mit Idee. Beherrsche dein Handwerk. Und entwickle dich mit. Alles verändert sich. Du darfst auf deiner Position nie den Anschluss verlieren. Die wenigsten beherrschen ihr Handwerk. Mit einem Abschluss vor Jahren glauben sie, noch heute am Ziel zu sein. Weit gefehlt. Mit dem Abschluss fängt die wirkliche Ausbildung erst an. Wer erinnert sich nicht, wie er den Führerschein zum ersten Mal in den Händen hielt, wie vogelfrei man sich in dem Chaos fühlte. Ein Wunder, dass man das überlebt hat. Man kann dir jeden Job nehmen und jede Idee in der Luft zerreißen, aber was bleibt, ist die Routine, mit der du dein Handwerk beherrschst und bei allem Verkehrschaos in der Werbung nach Jahren immer die Übersicht behältst und jeden Job ohne Beulen ans Ziel bringst. Das ist und bleibt wertvoll.

Geschrieben von Christof Hintze in 10 + 1 Marketinggebote um 14:36

Dienstag, 19. Oktober 2004

Brief an den Aberglauben

Die Erfassung von Informationen durch unsere Sinnewird anhand von Mosaiken vorgenommen. Umso mehrSteinchen zueinander passen, umso klarer dieVorstellung und das, was wir wahrnehmen. Umso größer die Übereinstimmung mit vorhandenen,gespeicherten Mosaiken, je größer das Verständnis.Aber leider auch die Befürchtung.Passiert jemandem ein großes Ungeschicke under sieht dabei eine schwarzen Katze, dann würde beieiner Wiederholung einer Lebensszene mit einerschwarzen Katze das Verhaltensmuster des MosaiksGefahr bedeuten. Dasselbe könnte mit einer Leiterpassieren und/oder welchem Gegenstand auch immer.Nur zu blöde, dass dieser dann mit einem negativenGlauben belegt ist. Weil er leider ein Stein imMosaik ist.Dasselbe gilt aber auch für den positiven Aberglauben.Gewinnt man eine Präsentation mit einer bestimmtenKrawatte, dann gehört diese zukünftig zur Gewinner-strategie. Fußballtrainer laufen deshalb ganzeSiegesserien mit denselben Klamotten rum.Das Mosaik des Gewinnens deckt sich somit mit dergewünschten Möglichkeit, wieder zu gewinnen.Das Verhindern einer solchen Wiederholung, alsoder negative Aberglaube, lässt uns dieselbe Krawatte verdammen oder eine schwarze Katze lieben und verehren. Die Frage, zu welchen Mosaiken gehören die weltlichen oder unterbewussten Dinge.Somit besteht der Aberglaube aus nichts weiter, alsMosaiksteinen, die entweder beabsichtigt entferntoder verhindert werden. Oder eingefügt und befür-wortet werden. Obwohl das mit dem Ausgang eines zuerwartenden Ereignisses nichts zu tun hat.Aber wir folgen den Mosaiken unserer Wahrnehmung, weilwir uns schon wohler fühlen, wenn wir es tun. Somitsind sie legitimierter Aberglauben. Denn wir fühlenuns wohler, ihnen zu folgen. Und wenn sie auch nichtsmit dem zu erwartenden Ausgang gemein haben, dann mitdem Wohlbefinden. Hier siegt mal wieder die Emotionüber die Logik.Wie schön menschlich.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 20:00

Brief an die Abhängigkeit

Eigentlich bist du nur eine Illusion.Denn trotz des Umstands, dass du deine Fesselnüberall anlegst, wo es dir gelingt, sinddiese erschreckend leicht zu lösen.Das weiß man nur vorher nicht. Darum dientman dir. Man ist von so viel anscheinendabhängig. Bis zu dem Zeitpunkt, dass du,aus welchen Gründen auch immer, nicht mehrzu bedienen bist. Dann bist du plötzlich weg.Beim Rauchen ist das ebenso, wie beimArbeiten. Man denkt ständig, was alles passierenkann, wenn man dich verliert. Aber dann gewinnt mandie Erkenntnis, dass man ohne dich viel besserleben kann. Die Abhängigkeit von der Ab-hängigkeit ist die es, die es gilt, im Laufe eines Lebenszu lösen. Denn eigentlich gibt es nichts, fürdas es sich wirklich lohnt, dass man abhängigdavon wird. Denn am Ende eines jeden Lebensendet auch jede Abhängigkeit.Somit kann man die ungesunden viel früher in denWind schießen. Und die schönen viel besser aus-kosten. Aber die Stricke, die du anlegst, giltEs ständig zu kappen. Denn wie im Netz der Spinneist man plötzlich Gefangener der eigenen Unacht-samkeit.Denn nichts treibt einen ins Netz der Abgängigkeit,außer man sich selbst. Natürlich ebnen vieleGeschehnisse eines Lebens den Weg in die Fänge.Aber die Schritte unternimmt man selbst. Darumkann man auch den Weg zur Abhängigkeit einfachin einen Weg weg von der Abhängigkeit wechseln.Man muss nur den ersten Schritt tun. Und dann erstden nächsten. Und so lernt man den unglaublichen Genuss auf dem Weg zurück in die Freiheit.Denn die hat keine und kennt keine Abhängigkeiten,sondern nur freiwillige Verbindungen.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 19:00

Brief an das Abwarten

Alles benötigt seine Zeit. Manchmal geht es viel zu schnell vorüber. Aber oft kommt esnur langsam vorwärts. Die Kunst, abwarten zu können,ist keine, derer ich Herr bin. Die Ungeduldliegt mir da schon näher. Dabei gibt es vielegerade wunderschöne Dinge des Lebens, für diees sich wirklich lohnt, abwarten zu können.Ob die Liebe des Lebens. Oder das Glück.Denn wann es kommt, ist eigentlich zweitrangig.Hauptsache, es erreicht einen zu Lebzeiten inseiner reinsten Form.Nicht abwarten können verleitet einen dazu,zu früh etwas in Dinge rein zu interpretieren,die rückblickend einfach nicht da waren.Wer nicht warten kann auf das, für das es sichlohnt, zu warten, der muss mit dem Gedankenleben lernen, nicht das bekommen zu haben, aufdas es sich wirklich lohnt, zu warten.Beim Essen, Trinken, im Urlaub, beim

Sonnenuntergang,am Bahnsteig, auf einen Freund, die Liebe,die Geburt, den Erfolg, die Anerkennung, das Glück.Alles ist möglich in einem Leben. Und man mussnatürlich auch etwas dafür tun, aber das zu erringen,was man erhofft hat, heißt abwarten zu können.Sonst trinkt man den Kaffee des Lebens zu heiß Und verbrennt sich den Mund. Alles hat seineZeit. Die niemand kennt. Und wie schnell oderlangsam andere an Ziele und Träume gelangen, istzweitrangig. Denn die Lebensuhr der Menschentickt bei jedem völlig anders. Hier mal langsamerund hier mal schneller. Und so heißt es zwar, immerdran bleiben, aber abwarten können auf das, was man wirklich vom Leben wollte.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 18:00

Brief an die Ahnungslosigkeit

Es gab eine Zeit, da spielten High End Laut-sprecher eine gewisse Rolle in meinem Leben.Da begegnete mir erstmals etwas, was sich dannhäufen sollte. Die Ahnungslosigkeit.Diese drückte sich folgendermaßen aus. Kunden,die stolze Besitzer eines unserer sehr gutenund schönen und zugleich nicht billigen Laut-sprecher wurden, riefen häufig unentwegt und sehraufgeregt an. Mit der festen Annahme, dass ein Laut-sprecher defekt sei. Und der Absicht, das umgehendErsatz herbei geschafft werden müsste.In 80 % der Fälle war der Balanceregler am Verstärkeraus Versehen zu einer Seite eingeschlagen. Wasdazu führte, das aus dem anderen Kanal nichtskommen konnte. Dieser Hinweise wurde in der Regel erstabgewiegelt, dann trat Stille ein und man vernahm nurnoch eine leises: Oh! Und schon war die Welt wieder in Ordnung. Nichts war mit kaputt, Austauschoder anderen Mutmaßungen. Es war eine Art vonAhnungslosigkeit eingetreten, das Problem nichtbeim kleinsten Nenner zu suchen, sondern natürlich dadas Schlimmste anzunehmen. 19 % der Anruferhatten den Balanceregler zwar auf Mitte, aber entwederübersehen, dass man zwischen den Lautsprechern A und Bsich am Verstärker entscheiden musste, oder einfachein Kabel nicht richtig angeschlossen war. Ver-einzelt war auch einfach der Verstärker nicht an.Aber alles in allem Bagatellen, die aber von einerAhnungslosigkeit angetrieben wurden. Die derAnnahme des größtmöglichen Schadens. Und die deskleinstmöglichen Fehlers. Denn der kann unmöglichbei einem selbst liegen. Fehler machen und habenimmer erst die anderen. Dabei könnte man ahnen,dass es in über 80 % der Fälle nie der Fall ist.Diese Vorahnung könnte einen veranlassen, maldie drei Hauptübeltäter für technische Problemeselbst auf die Schnelle zu kontrollieren. Aberwer ahnt denn schon, dass so wenig so viel anrichtenkann. Diese Ahnungslosigkeit über die Kleinig-keit mit großer Wirkung ist das eigentlicheProblem, das für sehr vieles im Leben sehr oftzutrifft. So ist vieles nicht defekt, sondern derStecker ist nur nicht drin. Wenn das alle wüssten,würden die Hotlines und Serviceteams so gut wienichts zu tun haben.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 17:00

Brief an das Alter

Na, du bist ja eine komischeErscheinung. Entweder ist manzu jung. Da glaubt einem keiner,was man sagt.Und schwupp ist man zu alt undss hört einem keiner mehr zu,was man sagt.Und dann wollen alle immer jungbleiben. Und im hohen Alterjung sterben. Warum setzt dunicht deine Stärken ein?Deine Weisheit, deine Erkenntnisse,deine Erfahrungen, deine Gelassenheit.Du hast so viele Vorzüge.Du weißt so vieles besser, abermachst keinen Gebrauch davon.Sondern schaust zu, wie alle nichteinen Tag älter werden wollen. Sondernimmer jünger.Absurd, das alle möglichst alt werden wollen,aber ohne alt zu sein. Und alt werde istauch noch eine ziemlich große Belastunggeworden.Denn das Alter versteckt sich. Manwill keine Alten ständig sehen.Dabei werden wir immer älter. Und mehr Ältere.Aber das beschleunigt den Wahn zumJungsein nur noch.Auf was wartest du noch, Alter? Zeig es den JungenOder ist das die Weisheit des Alters,eben nicht jeder Mode und jedem Trendhinterher zu jagen? Sondern in allerRuhe den Sturm vorüber ziehen zu lassen.Zuzutrauen wäre es dir.19.Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 16:50

Brief an Amerika

Groß war meine Bewunderung. Alles, was Sterne undStreifen hatte, war erhaben über alles andere.Sogar deine Muttermilch Coca Cola hat mehrpolitischen Geist als Erfrischungsgeist.Der Hamburger, deinen Sportargen. Deine Hymne.Der Jazz. So viele Dinge, die große Symbole derFreiheit sind, habe ich mit dir verbunden.Immer Vorbild dafür, dass ein Geist in Freiheitalles erreichen kann, was er wirklich will.Als dein Eishockey-Team die Russen bei der Olympiadeschlug, habe ich geweint vor Freude.So viele Momente des Selbstbewusstseins sind mitdir verbunden. Du hast mir das Skateboard-fahren geschenkt. Das Windsurfen. Und ich habemir amerikanische Träume gefüllt. So bin

ichHarley Davidson gefahren. Und einen Chevy.Für deine Vision von Freiheit habe ich alleskopiert und konsumiert, was aus deinem Schoß entsprungen ist. Deine Musik habe ich gehört, ohne ein Wort englisch zu verstehen. Amerika, du warstmein Vorbild.Und jetzt ist alles das verblasst und hat sichumgekehrt. Ich fühle mich von dir missbraucht undvöllig falsch verstanden. Wie ein Erwachsener, derdas Zutrauen eines Kindes missbraucht. Für seineniedrigen Instinkte. Deine Symbole und Zeichensind aus meinem Leben verschwunden, weil der Preisdessen, was du mir versprochen hast, viel zu hoch ist.Und weil alles, was du für mich warst, auf falschenAnnahmen aufbaute. Du bist rassistisch. Das wussteich nicht, oder wollte ich nicht wissen. Du bistunsozial zu deinen Bewohnern. Du gehst schlechtmit deinen Nachbarn und Partnern um. Du missbrauchstdas Vertrauen und deine Position. Du nimmstFreiheit, um eine Art davon, deine Art, zu exportieren.Du hast nicht das gehalten, wofür ich dich gehaltenhabe. Du hast mein Vertrauen gehabt. Und noch vielmehr. Ich hätte für dich alles gegeben. Bin nur froh, dass ich nie in die Situation gekommen bin, dass dudas von mir ein einfordern konntest. Du hast mich ent-täuscht. Du hast mich belogen. Du hast nichtWort gehalten. Ich bin so dankbar, dass ichgenügend Zeit und Abstand zu dir hatte, um dein wahres Gesicht zu erkennen. Und da wunderst du dich,dass es Menschen gibt, die sich von dir abwenden.Du hast deine Macht falsch benutzt. Damit hast duviele bloß gestellt, gedemütigt und beschämt.Amerika, wenn du nicht zurück auf deinen Wegkommst, dann steht dir ein sehr schwerer bevor. DieMenschen lieben dich nicht mehr.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 16:40

Brief an das Lernen

Es ist eine Eigenschaft, die uns im Wesentlichen vonallen anderen Lebewesen auf diesem Planeten unter-scheidet. Wir können bis zum letzten Atemzug lernen.Sagenhaft. Die Meinung, dass Lernprozesse mit der Kind-heit und Jugend abgeschlossen sind, sind längstwiderlegt. Man kann alles immer lernen.Man kann bestimmte Qualitäten nicht mehr erlangen.Aber man kann sehr weit kommen. Ob man Sprachen,Musikinstrumente oder was auch immer lernen will.Kein Alter verhindert das. Deshalb sollten viel mehralte Menschen wieder studieren gehen. Denn lernenmacht Spaß. Wenn man das Lernen gelernt hat.Wenn man vermittelt bekommen hat, wie schönes ist, dass der Mensch sich mit Hilfe seinesGehirns vollständig selbst beschäftigen kann,so dass er nie alleine ist. Wer lernt, ist nie alleine.Er hat immer etwas hinzu zu fügen. Die Neugierdeam Leben zu halten und nicht zu genügsam zu werden,ist hier die Voraussetzung unserer Wohlstandsgesell-schaft.Das Risiko, im Sofa des Wohlstands zu versinken, istsehr groß. Deshalb muss man immer wieder auf dieharte Schulbank. Das hält die Neugierde am Lernenauf hohem Niveau.Die meisten Menschen glauben mit ein paar Abschlüssen,einem Führerschein, einem Job und der Volljährigkeit,sie könnten ruhig das Lernen einstellen. Vielemachen das auch leider. Aber das ist der Anfangvom Ende der Kultur. Die Arroganz, zu glauben, manhätte ausgelernt, ist ein fataler Irrglauben.Denn das, was uns in der Evolution bis zu diesem Tagehat überleben lassen, ist die Fähigkeit, lernenzu können. Diese brach liegen zu lassen, muss sichauf Kosten unserer Spezies auswirken. Was siebei genauem Hinsehen schon macht. Wir werden weniger.Denn wer nichts lernt, hat auch nichts weiterzu-geben. Der will auch keine Kinder.Wer viel lernt, der hat eine unbändige Lust, seinWissen an seine Nachfahren zu vermitteln. Under hat somit zugleich die Chance, von der folgendenGeneration zu lernen.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 16:30

Brief an das Lesen

Ich werde immer so müde in deiner Nähe. MeineKonzentration reicht bei Weitem nicht aus,dir so viel Aufmerksamkeit zukommen zu lassen,die es benötigt, dich ernsthaft zu betreiben.Manchmal gelingt es mir, ein Buch zu lesen.Aber ich muss mich diesem voll und ganz widmen.Denn oft denke ich beim Lesen an andere Dinge.Und am Ende einer Seite weiß ich nicht mehr, wasich auf derselben gelesen habe.Dann lese ich die Seit noch mal. Das passiert mirhäufig. Es ist ganz sicher, dass du eine der großenBereicherungen des Lebens bist, aber mir fehlt – noch-die Fähigkeit und vielleicht auch die Bereitschaft dazu.Ich sehe lieber Filme im Fernsehen oder im Kino.Ich sehe lieber Menschen in der Stadt zu. Denn eigentlichbin ich professioneller Cafésitzer und Milchkaffee-trinker, Menschbeobachter. Das liebe ich und könnteich bei gutem Wetter unentwegt machen.Ich sehe und denke mir dann Geschichten aus. Überdas alte Ehepaar. Über die junge Mutter. Über denTyp, der versucht, geschickt eine Zeitung aus demZeitungsständer zu klauen. Der Typ, der beim Einparkenschon drei Mal Anlauf nehmen musste und so weiter.Ich sehe für mein Leben gerne zu. Und an. Lesenmacht mich so müde. Aber die ganze Welt der Büchererwartet mich sicher noch. Die laufen nicht weg.Wenn die innere Ruhe mich endlich erreicht hat,dann werde ich alles lesen können, was es Wert ist,gelesen zu werden. Bis dahin gebe ich mich meinen zweigroßen Leidenschaften hin, dem Sehen und dem Schreiben.Und beides mache ich in vollen Zügen.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 16:20

Brief an das Licht

Irgendwer hat mal behauptet, dass, wenn nichts mehrgeht, irgendwo her ein Licht kommt. Das Symbol,die Hoffnung bis zuletzt nicht aufzugeben. Weiljemand anderes behauptet hat, die Hoffnungstirbt zuletzt. Viele schlaue Bemerkungenranken sich um das Glück, den Erfolg. UnzähligeSprichwörter halten einen an, nicht aufzugeben,die Chancen zu nutzen, die Optionen, alles für das erhoffte Ziel in die Waagschalezu werfen.Diese gehen sogar weit, dass man ständig daranzweifelt, ob man es denn letztendlich auch verdienthat, erfolgreich zu sein. Hat man denn alles gegeben,alles andere hinten angestellt, auf alles ver-zichtet, hat man alles das wirklich geleistet?Und war der Wunsch größer, als alles andere?Wenn man dass mit „Ja“ beantworten kann, manaber immer noch nichts von dem Licht sieht,dann stellt sich eine andere Frage: Wann isteigentlich Schluss? Wann ist es vorbei? Wann stecktman zurück? Wann gibt man auf? Wann hört man auf zu hoffen, zu glauben, sondern fängt an, zurealisieren, das war’s?Denn wenn man es nur ein Fünkchen zu früh macht,verpasst man vielleicht das alles rettende Licht.Und wenn man es zu spät macht, dann geht dasletzte Licht sowieso aus. Ich weiß nicht, wann manloslassen darf, ohne ein schlechtes Gewissenzu haben. Wann lässt man eine Vision einfach sausen,wann ein Ziel, wann eine Aufgabe, wann eine Freund-schaft, wann den blöden Rechner, der einen ständigselbst verlässt? Wann weiß man, dass Schluss ist?Und die Zeit für einen Neuanfang. Welches Lichtgeht da an, oder welches Geräusch kann man dann vernehmen? Es gibt nur Geschichten für dieHoffnung, die Liebe und den unerschütterlichenGlauben, aber wann sagt einem die innere Stimme,was schon Paul besungen hat: Let it be!Ich weiß es nicht und sehe nur zu, wie alles immermehr schwindet und alles immer weiter sich ent-Fernt, der Berg der Last sich weiter stapelt.Und immer denke ich, genau da muss man durch,wenn man es ernst damit meint. Genau das mussman erlebt und überlebt haben, um den Sinn wirklich zu begreifen. Von dem, für das es sich lohnt, alles hinzuhalten. Aber die Zweifel daran sind genau so groß. Und werden größer. Wannsoll man loslassen. Und zusehen, wie ein Traumuntergeht.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 16:10

Brief an das Mentale

Viel wird über dich geredet. Wer dich aufseiner Seite hat, der hat schon fastgewonnen. Wer mental richtig eingestelltist, der kann wesentliche Schwächenkompensieren. Weil er seine Stärken ausspielt.Das heißt, der Geist, die Einstellung führtden Körper entschiedener zum Ziel. Als imVergleich die reine physische Kraft.Der Wille, der Glaube, die positive Einstellungbeeinflussen das Ergebnis. So soll es sein.Aber was nützt einem die mentale Stärke,wenn andere korrupt sind, Doping nehmen,betrügen, die Voraussetzungen und Regelnüberschreiten und alle anderen Maßnahmen insFelde führen, um den potentiell stärkerentrotzdem zu besiegen.Wer gewinnen will und muss, aber nicht ausReichend Fähigkeiten besitzt, der ist mehr als geneigt, alles einzusetzen, was ihm letzt-endlich doch den Sieg einbringen wird.Wer mental seine Stärken dagegen einsetzt, derwird ebenso mental den Glauben irgendwanndaran verlieren. Was denkt einer, der weiß, dassalle Doping nehmen und er nicht gewinnenwird und kann. Was motiviert ihn trotzdem, dran zu bleiben, um immer wieder der Unter- legende zu sein.Mentale kraft einsetzen ist ja schön und gut, aber in einer Welt, in der nur der erste Platz zählt, scheint mir dieses Mittel eher naiv.Das gilt auch für das Berufsleben. Wie viele Bessere habe ich unterliegen sehen, weil sie die Methoden der Verlierer nicht bereit sind,einzusetzen, oder diese unterschätzen.Der Sieger in unserem Land ist nach den Regeln,die wir vermuten, oft nicht der Sieger. Wasalle Sieger verdächtig macht. Ob in der Politik,der Wirtschaft oder im Sport. Denn ein Großteilkonnte es nur mit Hilfsmitteln schaffen, diemit der eigentlichen Idee nichts zu tun haben.Aber wir wollen eben nur Erste. So müssen wirdamit leben, dass wir die wirklich Erstennie zu Gesicht bekommen. Sondern nur die Ersten,die wir dafür halten.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 16:00

Brief an das Mitleid

Du bist dann am Größten, wenn du am wenigstenHelfen kannst. Aber da, wo du wirklich gebrauchtwirst, da bist du weit und breit nicht zusehen. An Orten, wo man wirklich auf dich verzichtenkönnte, da hältst du dich auf. Aber da, wo dringendgerade du nach dem Rechten schauen könntest,da schaust du weg. Mitleid. Du unterlassene Hilfe-leistung. Du schienst dich im Schmerz des anderenwohl zu fühlen. Du nimmst nicht in den Armder anderen sonder deiner selbst willen.Du stehst starr da und machst nichts, außer deinerBetroffenheit über das Schicksal anderer Aus-druck zu verleihen. Anstatt deinen Gefühlenfreien Lauf zu lasen. Denn dem Mitleid ist manfast geneigt, genauso so viel Aufmerksamkeit zu widmen, wie dem Leid.Aber du vereinst uns. Im Mitleid sindwir miteinander im Leid. Alle nähern wir uns demLeid eines anderen. Wir trauern, wir leiden ein wenigmit. In der Hoffnung, den Schmerz zu mindern.Oft

übertreibst du es und man weiß nicht mehr,was man von dir halten soll. Aber oft unterschätztman dich. Denn du kannst die Solidarität mit demSchicksal bekunden. Nicht da, wo du selbst ge-tröstet werden willst. Sondern dich zurück hältstund das Schicksal in den Arm nimmst. Den Schmerzstreichelst. Da, wo du schweigst und einfach nurzuhörst. Da, wo du die Tür öffnest und dasLeid willkommen heißt. Da, wo du Grenzen über-schreitest im Schmerz und dich selbst nicht sowichtig nimmst. Da, wo du dich anstellst. Da, wo du einfach nur da bist im Leid. Da ist Mitleiddas, was es sein soll. Aber leider hast du oft dieGestalt eines Mitreisenden angenommen.Der sich gerne im Leid anderer spiegelt, um danndas Geschehen zu verlassen mit dem einen Gedanken,was für in Glück ist mir das nicht passiert.Mitleid nimmt kein Leid. Sondern es hilft im Leid,alles das zu tun oder zu lassen, um Menschen imLeid nicht alleine zu lasen.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 15:50

Brief an das Nichts

An dir haben sich schon viele versucht.Dich logisch klar zu machen. Das Nichts.Dabei glaube ich nicht an das Nichts imSinne des Wortes. Aber ich glaube an einemenschliche Wahrnehmung des Nichts. Was abernicht gleichbedeutend mit dem Wort ist.Denn es entgehen uns sehr viele Dinge.Sie entgehen unserer Wahrnehmung im Nichts.Wenn wir diese wahrnehmen würden, würden Wir das Nichts als Etwas bezeichnen.Deshalb ist in allem Nichts immer etwas.Wann man in nichts blickt, sieht man sehr viel.Wenn man im Nichts verwindet. Oder man hört nichts. Man schmeckt nichts. Nichts ist ehereine Bezeichnung für verändert, oder anders.Wenn man Schnupfen hat, schmeckt man verändert.Leider nicht so, als hätte man keinen.Wenn man die Augen zu hält, sieht man verändert.Aber man sieht immer etwas im Nichts.Das Nichts im wahrsten Sinne des Wortes gibt essomit nicht. Denn egal, wie leer oder dunkel, wieleise oder welche Eigenschaft uns auch immer das Wort„Nichts“ entlockt, es wird immer Etwas sein.Somit haben wir für unsere Art der WahrnehmungEinen Begriff entwickelt. Der aber nicht derallgemeinen Wahrnehmung entspricht.Wenn jemand behauptet, er habe nichts in der Tasche,kann das für jemand anderen alles andere als nichtsbedeuten. Somit verwenden wir Begriffe, die in ihrem Ausdruck sehr viele Variable haben. Die viel weiter auseinander gehen, als dies Wörteran sich zu sagen scheinen. Wenn eine Frau sagt, sie habe nichts anzuziehen. Oder ein Mann, er habe nichts zu essen. Oder ein Kind, es habe nichts zu spielen. Dann ist hinter diesem Nichtssehr viel mehr als nichts. Somit gilt es immer,das Etwas in dem Nichts zu erkennen und zu finden.Denn wenn nichts wirklich nichts wäre, dann hättenwir nichts zu verlieren.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 15:40

Brief an das Pendel

Es schwingt über unserem Leben. Schwingtes stärker nach rechts, dann wird es der Physikfolgen und ebenso nach links schwenken.Außer, das Pendel ist nicht mehr gerade, sondernneigt sich, dann hält sich das Pendel verstärkt undzunehmend auf einer bestimmten Seite auf.So ist es mit dir im Leben. Du pendelst dich manch-mal ein. Aber dann schlägst du aus. Ins Glück unddann zur anderen Seite ins Pech. In die Liebe unddann zum Hass. Viele Pendel schwingen so bemüht,um die Ruhe im Gleichgewicht zu finden. Das Alterlässt die Bewegungen ruhiger werden. Der Ausschlagdes Pendels nimmt ab. Und kommt über der ent-sprechenden Eigenschaft genau in deren Mitte zurRuhe.Außer die Eigenschaft an sich hat sich verschoben.Dann kann das Pendel nicht das Gleichgewicht finden.Es pendelt weiter im Versuch, die Mitte zu finden.Oder es bleibt tendenziell über einer ausgeprägtenEigenschaft stehen.Leider gibt das Pendel Aufschluss über gute undschlechte Eigenschaften und Verhaltensweisen. Dennalles, was man verhaltensauffällig macht, scheint inBewegung zu sein. Der Mensch sollte um Ausgleichbemüht sein. Aber das ist er in den seltenstenFällen. Er geht der Bewegung nach und bringt, wieauf einer Kinderschaukel, das Pendel weiter undweiter zum Ausschlagen. Das nennt man dann Eskalation.Die eigentlich zu verhindern wäre, wenn jemand dieSchaukel bremsen würde. Aber die Arroganz desErwachsenseins, gepaart mit dem Halbwissen, lässtMenschen weiter und höher schaukeln.Das Pendel unseres Gleichgewichts ist in Bewegung.In starker Bewegung. Und die Menschheit ist nichtimstande und bemüht, diese immer stärker werdendenPendelbewegungen in den Griff zu bekommen. Dasnennt man außer Kontrolle geraten. Die sich darumbemühen, die werden nicht erhört. Sie halten dieEntwicklung nur auf. Und die sie aufhaltenkönnten, sind gierig, ja süchtig nach der Schaukel.Und bemerken nicht, in welche Gefahr diese Ausschlägedie Menschen sich und die Natur bringen.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 15:30

Brief an das Privileg

Du bist in Vergessenheit geraten. Duklingst so altmodisch. Dabei bist duso wesentlich. Man begreift dich nicht,sondern sieht dich nur in all denen,die ein vermeintlich leichteres Losim Leben gezogen haben, als man selbst.Was für ein Irrtum, das eigene Privileg desLebens zu übersehen. Dass man ist.Und das auch noch zu der Zeit, an dem Ort.Wie viele haben dieses Privileg nichtnutzen können. Sind zur falschen Zeit,am falschen Ort geboren. Oder zur jetzigen,aber auch am falschen Ort.Deren Jammern kann ich nicht vernehmen.Das Jammern um mich herum ist nicht mehrmit anzuhören. Sie übersehen dich. Deinenunschätzbaren Wert. Alle, was ist, ist einPrivileg, das man wie einen Schatz behütenmuss. Das man pflegen, beschützen und weiter-geben muss. Das Glück, die Gesundheit, dieFreiheit, alles Privilegien, die nur ganzwenigen zuteil werden.Und viele glauben, das wirklich verdient zuhaben. Womit? Sie hatten nur Glück. Undso nackt und mittellos sie gekommen sind,ebenso werden sie das Leben verlassen.Verdient? Haben andere den Hunger, das Elendverdient? Die Gewalt, den Tod, die Krank-heit, hat man sich das alles redlich verdient?Den Namen, den man trägt, was hat man fürdiesen geleistet? Verdienen muss man sichetwas im Leben. Verdienen kann man sichRespekt, Liebe, Freundschaft, Ehrlichkeit,Vertrauen. Das Menschen von einem nur Guteszu berichten haben. Das kann man sich verdienen.Dafür ist uns das Privileg des Lebens bereit-gestellt worden. Verdient haben sich viele nichts.Was für eine Fehleinschätzung. Anstatt sichüber das Privileg zu freuen und zu versuchen,ihm auf einem Lebensweg gerecht zu werden,verfallen viele nur in die Selbstgerechtigkeit.Das Leben ist kein Verdienst, es ist ein Geschenk. Also hat das Leben es verdient, dassman mit ihm umgeht als das, was es wirklich ist – das Privileg.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 15:20

Brief an das Rasieren

Jeden Morgen denke ich: „Heute mal nicht.“ Dannbeschließe ich kurzzeitig, den Bart mal stehenzu lassen. Und mich nicht wieder dieser Übunghingeben zu müssen. Der Vorsatz hält in der Regelnie lange durch. Denn nur einen Bruchteil späterüberwinde ich mich dann doch. Mir scheint, eswäre ein Merkmal, Ansatz, ein Indiz für Verwahr-losung, für Gleichgültigkeit. Im Knast oder imUrlaub, da kann das mal vorkommen. Aber imnormalen Leben ist das ein Hinweise. Den jeder selbersich interpretiere. Also, rasiere ich mich doch.Und die Argumente sind auch immer dieselben.Meine Lieben mögen es nicht, wenn es kratzt.Somit habe ich wieder eine fadenscheinigeErklärung, die genügt, um den Rasierschaum aus derDose zu lassen. Das Rasieren ist so eine Konstantein meinem Leben. Oft würde ich diese gerne ver-ändern, aber außer einem kleinen Bärtchen hier,einem gepflegten Drei-Tage-Bart dort, ist es immergleich geblieben. Glatt rasiert wie ein Kinder-popo. Eigentlich nervt das Rasieren ungemein.Denn es bringt Widrigkeiten mit sich. Als ichendlich in die Pubertät kam, konnte ich es gar nichterwarten, ein Haar nach dem anderen zu rasieren.Damals konnte ich noch nicht erahnen, was dasfür lebenslängliche Begleiterscheinungen mit sichbringt. Brennen der Haut, Schnitte, empfindlicheStellen. Jeden Tag, jeden Tag, seit über 25Jahren. Was da an Hektolitern Rasierschaum, anKilos von Rasierklingen schon bei draufgegangen sind. Und wenn man bedenkt, dass man jeden Tag so ca.drei Millimeter rasiert, dann sind das in 25 Jahren sage und schreibe 27.375 Millimeter, das sind wiederum2.737,5 Zentimeter, was wiederum 27,37 Meter ent-spricht. Hätte ich also mich nie rasiert, würdeich mit einem Bart von fast 30 Metern herumlaufen.Unpraktisch und sicherlich auch anstrengend.Man würde von meinem Gesicht nichts sehen und ichkönnte auch nur schwer aus den Augen blinzeln. Wennder mal in Brand geraten wäre oder wie viele Essensrestedarin spurlos verschwunden wären. Da ist man doch froh, den Bartjeden Tag flach gehalten zu haben. Gilt für vieles imLeben. Was man täglich rasiert, dann kein Ungetümwerden.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 15:10

Brief an das Rationale

Immer häufiger bemerke ich, dass man sich zwarhäufig auf dich beruft, aber dass es mit dirnicht zu weit her ist. Man zieht dich heran, umetwas zu untermauern oder in die Wege zuleiten. Aber bei genauem Hinsehen er-kennt man, dass es dir an Substanz fehlt.Denn vieles ist irrational. Und das ist sound gut so. Wir werden vor allem bestimmtdurch unsere Emotionen, Meinungen, Vor-urteile und Neigungen. Fragen, die sichuns stellen, beantworten wir emotional sehrschnell. Benötigen nur eine Weile für die rationale Herleitung.Bei allen Statistiken, Tests, Prüfungenund allen weiteren Grundlagen für rationalesDenken und Handeln werden diese eigentlichnur gebraucht, um die emotionale zu untermauern.Mein Lieblingsbeispiel ist ein sehr nahe liegendes:Wenn man sich eine Jeans kauft und gefragt wird,warum diese, dann entgegnet man eine rationaleBegründung, wie: Die passt am besten.Obwohl diese hinkt. Denn um das gewährleisten zukönnen, müsste man alle Jeans probiert haben.Das hat man aber nicht. Die Entscheidung kannschon emotional getroffen worden sein, oder durch eineGewohnheitsentscheidung, weil man diese Jeansschon immer kauft. In vielen Bereichen unsererGesellschaft gaukeln uns deshalb Menschen vor, dass,was sie da machen, einer rationalen Begründung folgt. Was aber nicht stimmt. Das Prinzipder menschlichen Entscheidungsfindung bleibtvon der Geburt bis zu Tode gleich:Trial und Error. Versuch und Irrtum. Was gutwar, wird logisch belegt. Was schlecht war, wirdlogisch widerlegt. Obwohl der Vater der Entscheidungnicht aus dem Kopf stammt, sondern aus dem

Bauch.Natürlich müssen viele dieser Theorie widersprechen,weil es die Existenz ihrer Beschäftigung in Fragestellt. Tut es aber nicht. Denn der Mensch liebt dieUnlogik der Beweisführung. Deshalb zieht er sie auchoft hinzu bei einer Entscheidungsfindung. Er willan die rationale Entscheidung glauben. Sonstist das Gerüst seines Seins in Frage gestellt.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 15:00

Brief an das Richtige

Es schwant mir, dass du nur eine Vorstellunganderer bist. Denn bei dem Versuch, fortwährenddas Richtige zu tun, langweilt man sich unweigerlichzu Tode. Und wenn es schlimm läuft, wird man so auchnoch 99 Jahr alt. Bei genauer Betrachtung deineserhobenen Fingers erkenne ich selten den Zeige-finger, sondern den rechts davon. Was durfte undsollte man alles nicht lesen. Dabei war es rück-blickend genau das, was die Gesellschaft weiter-gebracht hat. Was durfte oder sollte man sichalles nicht ansehen. Dabei ist es genau das, wasdie Gesellschaft befreit hat. Was sollte unddurfte man sich alles nicht anhören. Dabei istes genau das, das Vielfalt in unserer Gesellschaftgebracht hat. Immer das richtige tun heißteigentlich, fast nichts zu tun. Alles so belassen,wie es ist. Ob im Kindergarten, in derSchule, am Arbeitsplatz, in der Familie bis hinins Bett. Das Richtige? Nein, sicherlich nicht.Das Erleben im Leben ist maßgeblich davon geprägt,auf der Grenze der Versuchung immer wieder dasFalsche zu tun. Um sich ein eigenes Bild davonzu machen. Das Richtige ist für Standards imLeben. Die richtige Temperatur des Wassers beimFriseur zum Beispiel. Oder die richtige Dauer desKochens der Nudeln, damit sie al dente bleiben.Aber der richtige Pass beim Fußball hätte nieFußballgötter hervorgebracht. Und das richtigeim Bett zu tun, mal ehrlich, wer will das? Dahätte ich mir einer Reihe von Enttäuschungen zuleben. Nein, das Richtige ist die Vorstellung undWahrnehmung von Menschen, die das schon durchlebthaben und aus Vorsicht, Umsicht oder böser Vorahnungdazu aufrufen, das Richtige zu machen. In der Regel, weilauch die sich am Falschen die Finger verbrannthaben. Aber jetzt mal Hand aufs Herz, werhat nicht das Falsche getan, als er in die Steckdosegriff, auf die Heizplatte langte, zu schnell durchdie Kurve, zu heiß gegessen, zu viel Alkohol, zuschnell ja gesagt, zu schnell nein gesagt, zu vielgegessen. Kirschen gegessen und Sprudelwasser ge-trunken, die Musik zu laut, die Nudeln zu lang undso weiter. Das ganze Leben ist ein Hochgeschwindig-keitspendel zwischen richtig und falsch. Und mitdem Alter scheint das Pendel weniger häufig undschnell auszuschlagen. Aber davon hat keiner was,der noch nicht in dem Alter ist.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 14:50

Brief an das Sammeln

Die Menschen sammeln alles Mögliche. Ich habe malEierbecher gesammelt. Bitte frage mich nicht,warum. Aber es waren antike Eierbecher. Esmüssen über 30 gewesen sein. Was heißt gewesen, dieliegen zu Hause in einer Schachtel.Die Kinder sammeln Figuren aus Computerspielenund Trickfilmserien. Wir haben Fußballer gesammelt.Meine Mutter sammelt Geschirr – altes natürlich.Und heute glaube ich, etwas im Sammeln entdeckt zu haben.Man will die Zeit einfangen und festhalten.Das Sammeln lässt einen Rückblick zu. Man sammelt oftalte Sachen. Und wenn man diese dann bestaunt,dann hat jedes Stück seine kleine Geschichte. Das hatman aus dem Urlaub. Das mal geschenkt bekommen.Da die Erinnerungen oft schneller verschwinden,als uns lieb ist, sammeln wir, um Erinnerungen zu sammeln. So, wie sich diese Superhirne viele Dinge merken können, indem sie einfach ihrHaus mit den Gegenständen einrichten, die siesich merken sollen. So richten wir uns ein mitSammlungen, die uns erinnern sollen. An was bloß?Aber da könnte die Lösung sein, einfach an dievergangene, schon vergangene Zeit. Menschen, die viel in der Vergangenheit leben, sammeln sicherlichmehr. Also Menschen, die ganz ungeduldig der Zukunftentgegen fiebern. Das Sammeln soll die Zeitlangsamer vergehen lassen. Deshalb sammelt man alteSachen, um Zeit zu sammeln. Umso älter, umso länger scheint der Eindruck, dass man gelebt hat.Und somit auch denjenigen umso intensiver.So hat die Sammelleidenschaft ihre Wurzelnin der Lebenszeit, die verstreicht. Und wir uns nurschwer daran erinnern können, was alles schonpassiert ist. Das Sammeln macht diese Erinnerungleichter.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 14:40

Brief an das Schlimme

Man will oft nicht hinsehen. Oder nicht zuhören.Aber dann, wie von magischern Hand, kann man denBlick nicht abwenden. Oder die Aufmerksamkeitnicht auf irgendetwas anderes lenken.Das Schlimme, das passiert, zieht uns fast fas-ziniert in den Bann. Trotz abfälliger Bemerkungenkönnen wir den Blick nicht davon lassen.Ob der Unfall auf der Autobahn oder der Skandalim Fernsehen. Anstatt uns nicht die Bilder desSchlimmen für immer in unser Gedächtnis

einzu-brennen, schauen wir wie gefesselt zu, wie unglaub-liches Schlimmes passiert.Woher kommt diese Unart des Menschen, dann, wenn manglaubt, sich abwenden zu müssen, genau hinzusehen?Ich weigere mich, die Sensationslust dafürverantwortlich zu machen. Das klingt zu profan.In diesen Bildern scheinen wir etwas zu suchenoder zu finden. Vielleicht ist es der Moment, in dem anderen Schlimmes widerfährt, in demwir für uns feststellen, wie gut es uns in unsererHaut geht.Oder wir lernen von den Bildern unbewusst Ver-haltensmuster, die wir glauben, im Notfall dannnutzen zu können. Aber fast mit Lust sich dasLeider anderer anzusehen, die damit verbundenenTragödien mit sich herum zu tragen, das machen wir nicht aus Anteilnahme, sondern miteiner Art von Befriedigung, dass es uns ein Glücknicht passiert ist, das Schlimme.Und wenn es dann passiert, dann bemerken wir dieBlicke all dieser Menschen, die in meiner Tragödieihre Flucht suchen. Und wie gerne würdeich nicht von diesen Blicken durchlöchert werden.Aber habe ich nicht selbst hingeschaut, wenn dasSchlimme geschehen ist?Was ist dran an der Lust am Leid anderer?19. August 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 14:30

Brief an das Schwanken

Es ist nicht zu übersehen, dass ich in vielenDingen schwanke. Zwischen zwei Polen, Werten,Verfassungen und Ansichten. Das Schwanken istnicht das fast unbemerkte auf ruhiger See.Es ist eher ein Schwanken, wie diese Schiffschau-kel auf der Kirmes. Das Gewicht schwankt von bis.Meine Stimmung. Meine Lust, mich einzubringen.Meine Haarlänge. Vieles schwankt. Immer angeschobenvom Zweifel, der Begeisterung. Der Niederlage oderdem Erfolg. Der Lust zu etwas und der Hass.Wie zwischen zwei Polen schwanke ich hin undher. Lange Zeit glaubte ich, es sei eine ArtMagnetismus, der mal zur einen Seite anzieht undvon einer anderen abstößt. Aber mittlerweilebin ich eher der Meinung, dass es wie auf einerKinderschaukel meine eigenen Beine sind, diesich da abstoßen in eine Richtung und die ordentlichSchwung holt, um auch in die andere zu kommen.Warum? Weil man die Grenzen erfahren will.Sich selbst spüren will. Weil man sich gehenlassen will und aber kurze Zeit später in Askeseleben will. Weil man im Pendeln ein größeresSpektrum der Erfahrungen und Erkenntnisse vermutet.Was da aber nicht ist. Denn es kostet mehr Kraft, alsman glaubt, immer wieder aufholen zu müssen. Oderwieder zurück zu müssen. Loslassen und anfassen.Und das oftmals von Dingen, die man ruhiger mitdurchs Leben tragen könnte, um somit die Sichtauf Wesentlicheres frei zu machen. Wer immer mitseinem Gewicht ringt, der muss sich um vielesandere nicht kümmern. Somit ist das Pendeln eineselbst gewählte Beschäftigung, die eigentlich nichtsein müsste. Ich glaube, suchende Menschen pendelnstärker, als diejenigen, dies das gefunden haben,wonach alle suchen. Ihren Lebensmittelpunkt,ihre Berufung, ihre Leidenschaft, ihre Liebe.Pendeln bedeutet, noch auf dieser Suche zu sein.Das Pendeln zu beenden heißt angekommen zu sein.19. Oktober 2007

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 14:20

Brief an das Singen

Wir gerne würde ich mit dir umgehen können. Singen können. Das muss wunderbar sein. Wenn man seine Stimme als Instrument einsetzen kann. Und dabei den Ton trifft. Und soder Musik seinen ganz eigenen Klang verleiht.Ich kann nicht singen. Eine Gabe, die, wenn man sie hätte, einen nicht nur berühmtund reich machen könnte, sondern, wenn man auch das singen würde was man liebt,eventuell sogar glücklich. Aber das ist sicherlich zu viel verlangt. Ich wäre auch schon zufrieden, wenn ich nur so vielsingen könnte, dass ich mich selber gerne hören würde.Zudem das mit dem reich und berühmt fälltauch weg, weil ich am liebsten und ausschließ-¬lich Jazz singen würde. Aber wie gesagtnicht wirklich kann.Wenn ich in eine Zeit zurück gehen könnte, dann in die Zeit des Jazz. Und als Frank Sinatra oder Joe Williams geboren sein.Oder wenn ich die Chance hätte, nochmal was ganz anderes zu machen und dafür mir ein Talent aussuchen dürfte, dann wärees eine Jazzstimme. Wenn ich im Auto manchmal mitgröle, dann merke ich wieweit weg ich von diesem Talent bin.Dann überfällt mich die Demut. Undmanchmal werden für einen Moment meine Augen feucht, weil die Vorstellung singen zu können wie Ella über 3 Oktaven, oder wie Sammy,Joe, Frank, Nat das erfüllt mich für einen Moment mit so einer Stimmung, die man nur als Hochgefühl bezeichnen kann. Ist dann aber auch wieder schnell vorbei.Jazzsänger als Berufsbezeichnung. Wie das schon klingt. Wenn ich da an meine denke. Werbekaufmann. Mensch, Begabung warum hast du mir nicht ein wenig Gold in die Kehle gelegt?Naja, vielleicht habe ich neben Blei in den Füßen, Tomaten auf den Augen, was auf den Ohren, in den Fingern. Denn liebe Stimme,so sehr ich das Singen bewundere, das schreiben würde ich dafür nicht hergeben.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 14:10

Brief an das Spiel

Es ist mir das erste Mal im Urlaub begegnet. Ich wargerade 9 Jahr jung. Wir waren in Südfrankreich, amAtlantik, Vieux

Beaucoup. Da spielten Männer, alteMänner, ein Spiel namens Boul. Die Faszination ergriffmich sofort. Das will ich auch spielen. Aber wenig kleineJungens spielten auf dem Boulplatz. Alles waren alteMänner. Einer war so alt, dass er die Kugeln nichtmehr aufheben konnte, deshalb hatte er einenMagneten an einer Schnur, mit dem er die Kugelnwieder aufheben konnte. Das Spiel ist einfach.Man muss seine Kugeln näher an das Schweinchenbringen (die kleine Holzkugel), als andere Mit-spieler. So bekommt man Punkte, die man sammelt, undwer zuerst 13 hat, hat gewonnen.Der alte Mann hieß Pepe und mir fiel auf, dass erein paar Brocken Deutsch konnte. So stieß er beimVorbeigehen an uns immer wieder lächelnd Worte auswie: Jawohl! Das gefiel uns, weil es ihm zu gefallen schien. Denn das wir Deutsch waren, warnicht zu überhören und zu übersehen. Aber ich hieltlänger aus am Boulplatz als die Touristen, die nur mal einFoto machten, einige Minuten Aufmerksamkeit heucheltenUnd dann wieder des Weges gingen. Ich war auch amnächsten Tag wieder da. Und an dem, der darauf folgte.Meine Eltern fanden das gut, denn sie wussten, wo ich war.So stand ich in der glühenden und gleißenden Sonne desSüdens. Und schaute fasziniert zu, wie Pepe Boulspielte. Dabei unternahm ich jeden Blickkontakt, dermir geschenkt wurde. Alles wurde beobachtet, verarbeitetund gespeichert. Auch eine Tätowierung auf dem Unter-arm. Es war keine richtige, sondern es war eineReihe von Zahlen, die mir meine Eltern dann später,am gleichen Abend, erklärten. Es war die Nummer einesHäftlings aus einem KZ. Die Botschaft wurde immerkomplexer und furchtbarer. Weil Deutsche darineine sehr unrühmliche, geradezu schreckliche Rollespielten. Das nahm mir den Mut, weiterhin alles zuversuchen, die Nähe dieses alten Mannes zu gewinnen.Bis eines Abends seine Frau ihn wieder abholte undmich ansprach. Auf deutsch. Ich war wie gelähmt.Ab dann verlief der Rest des Urlaubs wie imTraum. Plötzlich war Pepe da, er reichte mir 30 Boulkugeln. Ich durfte mitspielen, wurde zum Esseneingeladen und war plötzlich ein Teil des Spiels.Ich war 9 Jahre und noch heute ist das Spiel ein Teilvon mir und somit auch Pepe, der zwei Jahre späterstarb. Ein Glück nicht im KZ, sondern nach einem SpielBoul. Vielen Dank, lieber Gott.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 14:00

Brief an das Spielen

Eigentlich habe ich immer Lust zu spielen.Ob Karten, Boul, Backgammon, Kicker, Kniffel,Skat, Doppelkopf oder was auch immer. Nichtsentspannt mehr und man ist dabei doch so konzentriert. Ich glaube, das schöne am Spielenist, dass es immer einen Gewinner und einenVerlierer gibt. Das Glück hilft hier und da unddas Können kann einen immer im vorderen Drittelhalten. Nicht wie im Leben der Erwachsenen,da gibt es das nicht. Oft lustlos geht es dazu. Und echte Gewinner und Verlierer gibt esda auch nicht. Sondern alles zieht sich endlosin die Länge. Beim Spiel geht es oft Schlagauf Schlag. Und man hat gewonnen oder ver-loren. Das ist schöner, als dieses langwierige,unlustige Arbeiten. Deshalb liebe ich dasSpiel so. Zudem ist es auch eine Angewohnheitaus der Kindheit. Wir haben viel gespielt. Unddurch das Spielen habe ich am meistern gelernt.Menschen kennen gelernt. Die nicht verlieren können und die nicht gewinnen können. DieAngst vor dem Sieg haben oder vor der Nieder-lage. Die lustlos spielen. Die völlig besessensind vom Spiel. Die keine Begabung und keinTalent haben. Die das Glück erzwingen wollen.Die ständig das Pech haben. Im Spiel spiegeltsich schon in jungen Jahren das ganze Leben wider.Ich kann schlecht verlieren. Habe aber gelernt,damit umzugehen. Dann mogele ich auch nichtgerne. Denn ich will ohne das gewinnen oderverlieren. Dann liebe ich Spiele, die auf hohemNiveau ablaufen. So, dass man kaum hinterherkommt. Dann lernt man immer und immer wiederdazu. Dann liebe ich auch Glückssträhnen, dieandere zur Verzweiflung bringen. Das Spielenvereint die Menschen, wenn sie es miteinandertun. Und in der Regel spielt man mehr mitFreunden. So gibt es einen Grund, sich zu treffen.Und die Zeit vergeht wie im Fluge. Wie oftging es beim Kartenspielen unbemerkt schon indie Morgenstunden. Und das Allerschönste: DasSpiel, egal welches, ist nie gleich. Sondernman erlebt immer etwas Neues.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 13:50

Brief an das Standby

Überall leuchten die kleinen roten und grünenLämpchen – Standby. Das heißt so viel wie: Ichbin bereit, ich wart auf dich, auf meinennächsten Einsatz.Manchmal Tage, Wochen und Monate im Standby-Modus.Eine seltsame Erfindung. Denn wenn beim Fernseherdas rote Licht nicht leuchtet, dann ist er aus.Und man macht ihn an. Wenn aber das grüne LichtLeuchtet, ist er aus und man macht ihn an.Der Unterschied ist das Anmachen am Gerät odermit der Fernbedienung, die aber in der Regel erstgesucht werden muss. Weil sie nie auf dem gleichenPlatz im Standby-Modus verharrt. Im Gegensatzzum Fernseher, der steht immer an derselbenStelle. Sozusagen standstill.Bei der Espressomaschine ist das schon was anderes.Die steht zwar auch immer an derselben Stelle im Stand-still-Modus, aber die braucht Anlauf. Was sienach längerer Zeit im Standby nicht so sehr braucht.Der Wunsch des Menschen, alles nutzen und benützenzu können und zwar immer und gleich, hat dieses roteund grüne Lämpchen ins Leben gerufen. Was aber dafürsorgt, dass zum einen viel mehr Strom verbraucht wirdund Geräte anfälliger werden durch ihre ständigeBetriebsbereitschaft. Das ist so, als ob immer derMotor im Auto laufen würde, eben standby. Dasbelastet den Motor natürlich zusätzlich.Somit ist die Erfindung des Standby eine Verschleiß-erfindung. Eine Stromverbraucherfindung

und eineSucherfindung (beim Fernseher). Tolle Idee.Obwohl, manchmal wünsche ich mir schon einen Standby-Modus für Menschen. Damit die mal schneller aus demQuark kommen, oder ich morgens. Gut wäre auch, dieoftmals in einem solchen Ruhezustand zu halten. Dannmachen die keinen Blödsinn, verbrauchen nur unnötigEnergie und verschleißen trotzdem. Für ein paarMenschen, die mir da einfallen, wäre das eine echte Bereicherung. Die Standby-Taste für den Menschen.Obwohl, gibt es die nicht schon und heißt Handy?19. Oktober 2004

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 13:40
```

Brief an das Streben

Wo geht’s lang? Kannst du mir mal verraten,wo es lang geht? Da renne ich dieganze Zeit in eine Richtung.Um jetzt festzustellen, dass ich auf demHolzweg bin. Also, wonach streben wir denn nun?Kann sich da mal jemand einigen? Erst alleIn Richtung Qualität, Wert, Hochwertigkeit,Kontinuität und Konsequenz.Und glaub mir, das ist schon eine schwere Nummer.Da braucht man eine Menge Geduld und muss ständigdazu lernen. Immer auf einem sich steil nachoben bewegenden Niveau.Und jetzt das. Die rennen alle in die andereRichtung. Wertlos, billig, günstig und preis-wert und noch billiger. Masse statt Klasse.Was soll das? Dafür habe ich doch nicht jahre-lang gelernt und gemacht. Dass ich kurz vorm Gipfel absteigen soll und den ganzen be-schwerlichen Weg wieder runter soll.Um alles, was wertvoll wurde, wertlos zu machen.Das ist nicht fair. Erst hü, dann hot. Was den nun? Also, wenn das so bleibt, dannbleibt mir nichts anderes übrig, als denganzen Mist mitzumachen.Wenn aber nicht, dann könnte ich doch hierin aller Ruhe ausruhen und warten, bis dasganze Feld wieder die Richtung wechselt.Ich wäre dann auch ziemlich weit vorne.Was man vom Rest dann nicht behaupten könnte.Soll ich das machen? Was denkst du?19. Oktober 2004

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 13:30
```

Brief an das Tauchen

Man begibt sich in eine andere Welt. Ohne allesdas, was man täglich um sich hat. Und dieseWelt ist voller anderer Lebewesen. Ohne allediese, die man täglich um sich hat.Es ist, als ob man einen anderen Planeten in einemanderen Universum besucht. Man ist zu Besuch, zuGast. Beim Tauchen verändert sich deine sichereLebensform in eine unsichere. Dann man kann nichtfrei atmen. Und scheint wie ein Astronautwie in einer Art Schwerelosigkeit umher zu treiben.Die Sprache ist eine eigene und stark reduzierte.Aber man versteht sich unter Wasser. Das Körper-gefühl ist ein völlig anderes. Das Gewicht dereigenen Masse schwebt wie auf Händen getragen.Und man kann unablässig Neuigkeiten bewundern undentdecken. Alles ist neu und anders. Nichts istwie aus unserer Welt über Wasser. Das Taucheneröffnet einem einen Blickwinkel auf unsere Welt,wie man ihn über Wasser nicht bekommt. Das muss Astor-nauten im All ebenso gehen. Sicherlich nochbeeindruckender. Man ist neu in ihr. Und nur zu Gast.Man kann nicht bleiben und man ist nicht wirklichhier zu Hause. Man schwimmt eben nur mal vorbei.Man beobachtet die großen und kleinen Fische.Die Pflanzen, Korallen, die Farben und was man in derZeit, die einem unter Wasser bleibt, noch so mit-nehmen kann. Tauchen ist ein Ausflug in eine andereWelt, die direkt vor unsere Haustür liegt. Es machtden großen Menschen sehr klein. Denn im Meer sind wirverschwindend winzig. Das Tauchen kann einen viellehren. Aber wie in allem gilt auch hier, es gibtsolche und solche. Denn wo andere ihren Müll im Waldliegen lassen, so trampeln hier viele arglos mitihren Flossen vieles kaputt und stecken ein, was ihnen vordie Taucherbrille kommt. So sind wir nun mal,wir Menschen, wir müssen immer Souverniers mit-nehmen oder unsere Spuren hinterlassen. Zwei Dinge, dereres nicht benötigt, die wir aber nicht lassen können.19. Oktober 2004

```
Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 13:20
```

Brief an das Tor

Wenn man in seinem Leben viele Tore gesehen hatund auf vielen Plätzen Fußball gespielt hat,dann hat man Vorlieben. Für bestimmte Tore.So mag ich die argentinischen nicht. Die soschlapp herunter hängen. Und ich begehre dieenglischen. Die gespannt sind sie ein Flitzebogen.So dass der Ball, der in ihnen einschlägt,mit derselben Geschwindigkeit wieder heraus zuspringen scheint.Der Moment, wenn der Ball ins Tor trifft, machtaus Toren schöne und nicht so schöne.Wie jämmerlich erscheint ein fulminanterSchuss in den Winkel, wenn die Spannung desNetzes fehlt. Auch der Rasen ist wichtig. Ermuss mindestens noch zwei Meter wie ein Golfrasenunter und hinter dem Tor weitergehen.Das System, wie es gespannt ist, muss unsichtbarerscheinen. Keine Schnüre dürfen den Blick auf dasAllerheiligste versperren.Dir Torlinie muss exakt sein.Der Torraum wie ein unberührtes Stück Erde.Diese farbigen Netze lenken nur ab. Ein Netz ist weiß.Jungfräulich weiß, in der Erwartung des Balles.Ein schönes Tor macht aus einem schönen Torschusseinen unvergesslichen. Das Netz spielt da eine wichtigeRolle. Deshalb ist das umso unverständlicher,dass viele Tore so lieblos erscheinen. Sich offensichtlich hängen lasse. Lustlos wirken.Das Tor muss voller Spannung sein. Voller Erwartung.Es muss erzittern, beben beim Einschlag des Balles.Erst dann ist es das Tor.19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 13:10

Brief an das Überhören

Die Worte sind klar. Die Geräusche unmissver-ständlich. Aber der Mensch überhört die Zei-chen. Er hört nicht den Seufzer. Oder willihn nicht hören. Man will nur das hören,was man will. Darum antwortet man auch immergleich auf die Frage: „Wie geht's?“ „Gut!“ Denneine andere Antwort will man nicht hören. Undwenn sie anders wäre, würde man sie einfach überhören.Da rufen Menschen um Hilfe, aber niemandhat etwas gehört. Da bieten andere ihre Hilfe an,aber keiner hat dies in Anspruch genommen. Es scheint, dass zu viele Geräusche um uns sind.Das wir aufhören, genau hinzuhören.Aber die Autobahn oder das störende Flugzeug, dashören wir. Das weinende Kind. Oder Schweigeneines Menschen, der uns nah ist, haben wir über-hört. Ständig sind wir umgeben von Geräuschku-lissen. Lärmpegeln. Das Radio rauscht Musik undInformationen vor sich her. Der Fernseher. Mannimmt das Telefonieren anderer war, die elektro-nischen Geräte, die Lüfter, die Generatoren,die Motoren, den Wind und hin und wieder auchmehr von der Natur. Alle Geräusche würden unseinzeln in einem anderen Umfeld auffallen und wir würden genau hinhören. Aber so sinkt unsere Sensibilität, was das Hören betrifft. Mit derfatalen Nebenwirkung, dass wir auch Wichtigesüberhören. Deshalb werden Signale lauter.Die Sirenen dröhnen. Und auch die Werbung wirdimmer lauter. Die Musik. Die Medien. Die Motoren.Alle wollen erhört werden. Vor allem die,die wir locker überhören können. Es drängen sichGeräusche in unsere Aufmerksamkeit, die allesandere verstummen lassen. Und es fangen genau diean zu schweigen, denen man besser sein Gehörgeschenkt hätte.

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 13:00

Brief an das Vergessen

Wie war noch mal die Telefonnummer? Wie heißseine Frau noch? Wie war die Geheimnummer?Die Fragen zu Zahlen und Namen reißen nicht ab.Sie sind so allgegenwärtig, dass beim bloßenDenken daran mir schon die Information verlorengeht. Es macht einen rasend, wenn man sich soeinfache Dinge nicht merken kann. Mich also.Es ist oft peinlich, wenn man jemanden vorstelltwill und einem der Name abhanden gekommen ist.Dann denke ich immer, wie wohl die anderen da-rüber denken. Wie nachlässig, vergesslich oderoberflächlich ich wohl bin. Mir nicht mal Namenmerken zu können. Aber es ist nun mal so. Unddas Problem macht das Problem nur noch größer.Wenn mir schon jemand nur seinen Namen sagt,denke ich schon voller Gewissheit, auch dich werde ich wieder vergessen. Oder eine Telefon-nummer. Immer dasselbe. Wie kommt das nur?Mein Gehirn kann sich Massen von Fakten undDaten merken, aber ein Name von einer Personentfällt mir in der Geschwindigkeit einesSchlüsselbundes, der in den Gully fällt.Es scheint eine Namens-Aversion zu geben in mir.Ich sollte mich davon befreien lasse. Miteinem Auswies, einem Aufdruck oder einemanderen Erkennungsmerkmal. Einem blauen Armbandoder so. Was klar allen signalisiert, der kann sichdeinen Namen nicht merken. Wie eine Art Blinden-Binde für Namensversenker. Vergesser. Das würde mirecht helfen. So hätte ich nicht immer diesesungute Gefühl. Gleich vergesse ich ihn. Und keinerwürde mir das dann noch übel nehmen. Trägt ja einblaues Armband. So spreche ich alle mit Du an und mich auch alle mit Du und vorstellen kann ich dannauch alle mir Du. Das wäre wunderbar. Dann müssteich mich nicht mehr freiwillig in so peinliche Situationenbegeben. Wahrscheinlich wäre ich dann so ent-spannt von der Gefahrenzone des Vergessens, dass ich mireventuell alle Namen locker merken könnte. Und dasArmband irgendwann abnehmen könnte. Schön wär's.Aber bis dahin heißt es weiterhin: Äh, das ist?
Äh…?
19. Oktober 2004

Geschrieben von Christof Hintze in Wortkunst um 12:50