

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 Einkaufszetteln, 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 andere 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, schwuppdwupp, 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 Werbegeschenk 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 geschrien. 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 Währungsunion 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 Führungsriege fallen langsam aber sicher in Ungrnade. 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 Schiefelage 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 Temperament 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 Mikrokosmos 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 wurde "das Blog" erfunden. Offensichtlich. Die Personen vorzustellen lohnt eigentlich 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 geschrieben. Und die wissen nichts davon. Haben nicht mal die leiseste Ahnung 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, dass 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 Wesenszüge 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 riechst 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, kitschige, 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, Panikattacken, 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 Aussage. (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 un kreativen 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 Argentinern 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? Prostituierte 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 Animatoren, 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 Verwandtschaft 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 fuhr 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 Brandt 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 Besetzung 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 Hotelzimmereinrichtung wundern, die unter der Woche 200 Euro Businessstarif kostet, dank der üblichen Internettricks aber am Wochenende 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 Reservierungsbestätigung damit freundlich dem kopfschüttelnden 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 Videospieleautomaten-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 Videospiele-Drogen hießen:

Space Invader

Asterioix

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 bisschen 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 nicht mehr tat, weil man alles als Assi bezeichnete. 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 Konformität 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 Besitz 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 zgedreht?**

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 Ansprüchen 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 Ablehnung, 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 entschuldigen, 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 Plattform 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 Pfennig 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 historisch 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 verpiffen 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 George 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 Kreationlawinen 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 Lieblingspruchwort 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 Supermarkt 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 Persönlichkeit 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, Zucchini 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 werden 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: Pizzaboy, 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 veraltet 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 stellen, ist ersetzt durch 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 nicht 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 Perspektive 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 Schneewittchensarg 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