

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. 4 Die 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 wagemutig 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, projiziert 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 werbeagentur 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. 2 In 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 1 Immer 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, das 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 Flaschendreher 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 zugehörig. 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 - Schauen 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 genannten 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 Bürokatenschild. 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 Parkplatz 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 Werbeblöcke 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 geschrien 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 Schweben. 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 Erlernem 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 Kirchturmuhre 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 Kirchturmuhre 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, das 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 schrieb. „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 eigentlich 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 eigenen 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 mot, 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? Udenkbar. 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