

Donnerstag, 28. August 2008

Knut

Jetzt hat es Knut also noch einmal in die Schlagzeilen geschafft. Indirekt zwar, weil eben kein kleiner, weißer Knuddelbär mehr, aber immerhin. Wie das? Da hat sich letzten Sommer unser kleiner, runder Umweltminister herbe ins Bild gedrängt, ließ sogar das Eintritt zahlende Publikum aussperren, um als Sponsor und Förderer von Knut medienwirksam mit eben diesem vor den klickenden Kameras zu gieren, was ihm besser gelang als dem gelangweilten Knut. Da kommt das dicke Ende jetzt nach, wie so oft, wenn einer der Berliner Protagonisten eine Aktion gestartet hat.

11.900,- Euro ist jetzt die Rechnung für die Verpflegung des letzten Jahres. Nein, nicht für den Umweltminister, das dürfte kaum reichen, wenn man bedenkt, welche wichtige Repräsentationspflichten unser aller Vertreter jeden Abend in den kulinarischen Schmankerlshops zu verdauen haben. Sondern es geht um das Futter für Knut. Wer mal nachrechnen will. Das sind ganz schön viele Heringe. Aber, sei's drum. Auch Rechnen ist keine absolute Stärke, die einem einfällt, wenn man an eine Behörde denkt.

Ein kleiner Einschub: 11.900 Euro im Jahr entsprechen rund 991,66 Euro im Monat. Ich finde, das sollte man einem kleinen, süßen Eisbären zugestehen. Diejenigen, die nur 345,- Euro im Monat bekommen, sind auch weder klein, noch süß, noch medienwirksam.

Aber hier noch mal der Überblick: Gabriel sponsert Knut. Knut frisst für 11.900,- Euro Heringe und andere Leckereien. Gabriel zahlt. Gabriel zahlt? Nein! Wir zahlen. Wir Steuerzahler!

Aha. Na, ja. Wir haben ja auch den Hubschrauberflug von Frau Schavan (Schavan wer?) für 26.000 Euro von Stuttgart nach Zürich bezahlt, die sich für so wichtig hält, dass sie zu einem Zeitungsinterview nicht zu spät kommen wollte. Das muss man ja verstehen, wenn schon mal eine Zeitung ein Interview..

Jetzt bin ich aber ganz von Knut abgekommen. Gab es nicht diese Regel? Wer die Musik bestellt, der bezahlt die Musik? Oder verstehe ich da was falsch? Klar, völlig falsch. Wir leben in einer Parteiokratie, die sich in permanentem Wahlkampf um ihre Versorgungsposten befindet. Da ist es doch selbstverständlich, dass man sich seinen Wahlkampf bezahlen lässt. Für wen macht man das denn? Doch für den Steuerzahler nicht für sich selbst. Man opfert sich doch auf für den Wähler.

Was ich eigentlich sagen wollte. Gut, dass es weder dem Gabriel, noch dem Huber eingefallen ist, den FC Bayern München zu sponsern. Das wäre teuer.

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

Mittwoch, 27. August 2008

Borg

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

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

Dienstag, 26. August 2008

Geld bringt kein Profit, Aufträge umso mehr

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

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:45

Montag, 25. August 2008

Wunschkonzert

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

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 10:42

Freitag, 22. August 2008

Außenwirkung

Egal, wie viel Corporate Identity die Werbestrategen und Manager Ihren Unternehmen verordnen, es sind immer wieder diese Menschen und Mitarbeiter, die die Bemühungen um ein Social-Marketing verträgliches Auftreten konterkarieren. Ich möchte das mal an einem leider allgemein gültigen Phänomen verdeutlichen. Unter Deutschlands Autofahrern gibt es einige verbindliche Verkehrsregeln, die vermutlich niemals als gültig angesehen werden. So z.B. das beliebte Reißverschluss-Roulette. Eine zweispurige Fahrbahn wird durch einen ausliefernden bzw. McDonald's besuchenden DHL-Laster blockiert. Bei DHL gebe ich kein Paket mehr auf, wäre die normale Reaktion. Doch jetzt kommt's. Ich will von der blockierten Spur im vorgeschriebenen Reißverschlussverfahren zügig nach links einfädeln, als ich von einem Telekom-Servicewagen rüde und hupend ihn die Bremsen gezwungen werde. Wir kommen beide gerade so zum Stehen und jetzt werde ich auch noch beschimpft. Natürlich erliegt inzwischen der gesamte morgendliche Berufsverkehr. Es gibt halt immer Momente, die man so erleben darf.

Also an dieser Stelle eine kurze Zusammenfassung geltender StVO. Reduzieren sich zwei Fahrspuren zu einer, ist das Reißverschlussverfahren vorgeschrieben. Das bedeutet, zügig bis zum Hindernis vorfahren und dann links, rechts, links rechts usw. Der Blinker beim Abbiegen soll den anderen Verkehrsteilnehmern eine Ahnung des künftigen Fahrweges unseres PS-Helden vermitteln. Fahrzeuge im Kreisverkehr haben Vorfahrt und blinken beim Verlassen des Kreises, nicht beim Hineinfahren. Sollten Fußgänger oder Fahrradfahrer einen Zebrastreifen betreten, müssen sie nicht vor Ihnen weg springen, was auch beim Rechtsabbiegen gilt. Dort müssen Sie auch warten. Außer Sie sind LKW-Fahrer. Dann empfiehlt es sich für Alle - unabhängig aller Regeln - eine Pause einzulegen.

Und noch ein letzter Tipp: Die Aufschrift auf Ihrem Firmenwagen kann man lesen. Das bedeutet, dass Ihr sportlicher Fahrstil nicht auf Sie persönlich zurückfällt, sondern auf das Unternehmen, das Sie repräsentieren. Aber vermutlich gehören Sie sowieso zu den 85% der statistisch relevanten Mitarbeiter, die weder auf das Unternehmen, von dem sie ihr Gehalt beziehen, noch auf deren Produkte oder Dienstleistungen besonders stolz wären. Leider wird immer noch sehr viel Geld in die Hand genommen, um sich eine günstige PR zu verschaffen, aber sehr wenig, um das, was ein Unternehmen wirklich ausmacht zu fördern: Die eigenen Mitarbeiter und die eigenen Kunden.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 10:00

Donnerstag, 21. August 2008

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

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

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

Mittwoch, 20. August 2008

sommerlöcher

Der August ist die Prime Time der politischen Hinterwäldler und -bänkler. Das Parlament ruht, was wie nicht nur Spötter sagen, die bessere Alternative wäre. Jetzt kommt man aber schnell mit absurden Wirtshausparolen in die Schlagzeilen, was allerorten prächtig genutzt wird.

Sei es kürzlich unser Verkehrsminister Tiefensee, Insider sprechen eher von „Flachwasser“, mit dem Vorschlag des Überholverbots für LKW oder die Bayernpartei, die sich gegen alle Rauchverbote aufstellt bei gleichzeitigem Schutz der Nichtraucher und jetzt ein Berliner Innenpolitiker, der auf den Autokennzeichen die Ortskennung abschaffen will. Angeblich würden deshalb zu viele Autofahrer diskriminiert und Probleme im Straßenverkehr haben.

Ja, das ist richtig, dass viele Autofahrer z.B. in München Probleme haben, wenn die ganzen FFB-ler, DAH-auer und STA-berger Hausfrauen gleichzeitig mit ihren Landboliden zum SSV einfallen. Da haben es die Berliner jedenfalls deutlich besser. Da gibt es zwischen Land- und Stadtbevölkerung wenigstens keine Unterschiede in der fahrerischen Ausprägung. Da fahren alle vogelwild.

Doch Provinz bleibt Provinz. Zu kurz gedacht, Herr Trapp. Was ist denn mit den ganzen Italienern, die in Kürze zum Oktoberfest mit ihren Vans die gesamte Theresienwiese zuparken? Oder mit den allseits beliebten Holländern, die im Sommer auf den deutschen Autobahnen mit ihren Wohnwagen die rechte Spur so blockieren, dass Herr Tiefensee sofort nach einem LKW Überholverbot schreien kann und die im Winter den ganzen Schnee aus der frisch gespurten Piste schieben? Wäre da ein Fahrverbot für bewohnwagte Niederländer nicht aussichtsreicher? Also auch weg mit den Länderkennungen. Doch was machen wir jetzt mit den Dialekten, Sprachen oder - noch schlimmer - der Optik? Dürfen die Berliner nicht mehr berlinern, Italiener nicht mehr Italiano parlieren und die Bayern keinen Trachtenhut mehr tragen?

Also, wenn wir schon konsequent sind, dann bitte auch keinen Wackeldackel oder gehäkelte Klorollen auf der Hutablage mehr, keinen Hut mehr auf im roten Auto und vor allem keine Sommerlochparolen aus Berlin mehr. Quak.

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

Dienstag, 19. August 2008

Proaktiv

Als alter Humanist reicht es mir jetzt! Immer öfter lese ich in offensichtlich sinnfreien Zusammenhängen vom schönen Begriff „proaktiv“. Sogar die Windows Rechtschreibprüfung ist damit überfordert.

Alles scheint plötzlich proaktiv angegangen werden zu müssen. Die Kundengewinnung, der Job, die Beziehung. Sogar der Joghurt im Supermarkt ist plötzlich nicht nur probiotisch, sondern auch noch proaktiv.

Heute schaue ich im „Ich weiß alles“ - Wikipedia nach und bin erstaunt. Dieses Wort soll es bereits seit 2003 sogar im Duden geben und bedeute soviel wie vorausschauendes, strategisches und initiatives Handeln. Zumindest wie ich den Eintrag interpretiere.

Sofort stelle ich zwei Dinge fest: Erstens handle ich - nolens volens - sozusagen intuitiv proaktiv. Zweitens ist meine aktuelle Dudenausgabe von 1991 und damit quasi obsolet, ganz sicher aber nicht proaktiv. Oder doch? Weil, vielleicht gibt es ja wieder mal eine Reform der Reform..?

Aber was soll dieses proaktiv denn ausdrücken? Der Joghurt ist besonders gesund, indem er praktisch aktiv alle Schadstoffe eliminiert? Die Beziehung soll ich nicht mehr nur leben, sondern täglich neu und herausfordernd gestalten? Der Jobsuchende soll nicht nur jung, dynamisch, billig und schön, sondern jetzt auch noch Mauern einreißend und im högsden Maße Gewinn bringend sein? Ja, warum sagt ihr es dann nicht?

Oder setzt ihr da draußen das Wort nur ein, weil es neu ist und - wie ich stark vermute - vermeintlich so dynamisch und cool auf euch abfärbt?

Also jetzt mal ganz proaktiv unter uns: Der Wortschatz färbt wirklich ganz stark auf den Sender ab. Vor allem dann, wenn offensichtlicher Unsinn gesendet wird. Und, meine Lieben, das ist in den allermeisten Fällen tatsächlich - ganz proaktiv oder antiaktiv - ausgemachter Unsinn.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 20:18

Donnerstag, 14. August 2008

Qualitätsmerkmal: Faulheit der Kategorie 2

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

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:44

Mittwoch, 13. August 2008

Begegnung mit Franz Joseph van der Grinten

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

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:48

Dienstag, 12. August 2008

Der Personal Brand Trainer

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

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:36

Montag, 11. August 2008

Wert

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

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 09:34

Freitag, 8. August 2008

Die Mauern im Kopf

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

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:12

Donnerstag, 7. August 2008

oberhachinger

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

Bernali 2008. Schön war´s

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

Geschrieben von Christof Hintze in Menschen um 07:45

Montag, 4. August 2008

Da steht ein Ginkgo im Wald

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

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 10:28

Freitag, 1. August 2008

5 Fragen - eine Antwort

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

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 08:35