

Dienstag, 31. März 2009

Entscheidungsproblematik

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

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

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

Montag, 30. März 2009

Ablaufproblematik

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

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

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

Samstag, 28. März 2009

Tschakka

Endlich hat es ihn erwischt den Wolf. Vier Spiele hat es gedauert. Aber immerhin. Jetzt können wir endlich wieder schwarzsehen. Doch ist es immer wieder erstaunlich. Da gurkt eine Fußballmannschaft eineinhalb Jahre lang über die Äcker der zweiten Bundesliga mit der Emotion einer kalten Pizza vom Vortag, dass zum Schluss auch der eingefleischteste Pizzafan auf eine lauwarmer Berliner Weiße mit Schuss umsteigen will, als das Präsidium die Leuchtrakete eines neuen Geldgebers zündet. Das erweist sich zwar schnell als Blendgranate, doch der im Zuge des großen Knalls installierte neue Manager feuert kurz entschlossen den Kurz. Für alle, die nicht folgen können. Die Rede ist vom TSV 1860 München, einem Fußballverein, mit dem Selbstverständnis des ewigen Deutschen Meisters, auch wenn das ungefähr so lange zurück liegt wie bei Hertha BSC. Ganz in Unkenntnis, dass sie meistens so kläglich spielten wie in der Bayernliga, in deren Untiefen sie Jahrzehnte die Wiesen umpflügten.

Jedenfalls folgte auf den irgendwie angenehmen, wenn auch glücklosen Vertreter Marco Kurz, der großmäulige Trainer Uwe Wolf, er möge es mir verzeihen. Schaffte er es jedenfalls in seinen ersten vier Spielen als Cheftrainer gleich zweimal wegen Reklamierens auf die Tribüne verbannt zu werden. Doch auch das Unglaubliche ist eingetreten. Gleich vom ersten Spiel weg forderte er sein Team lautstark auf, jedes Spiel gewinnen zu wollen. Und was geschah? Zwei Spiele hintereinander wurden gewonnen, das nächste ging remis und das Letzte gar ganz unglücklich aus. Gleichwohl aber spielte Wolfs Team plötzlich Fußball und wollte gewinnen.

Sollte das wirklich so einfach sein? Können Rumpelfüßler nur wegen der anderen

Ansprache plötzlich dribbeln wie Messi, einnetzen wie Toni und Eier haben wie Kahn?

Ja, denke ich. So einfach ist das. Wenn ich mal unterstelle, dass Fußballer in der 2. Liga grundsätzlich Fußball spielen wollen und Kondition für 90 Minuten hätten. Dann ist es die Aufgabe des Trainers, sich des Managements alles von den Mitarbeitern fernzuhalten, was deren intrinsischer Motivation zuwider läuft, gute Leistungen abzurufen, um in der Fußballersprache zu bleiben. Am Ende des Tages muss man sehen, was rauskommt.

Im Prinzip liegt es in der Natur des Menschen, das was er tut, so gut wie möglich zu tun. Ein Management, sei es Trainer, Abteilungsleiter oder Unternehmer muss dieses Grundbedürfnis lediglich durch bestmögliche Bedingungen fördern, mit fairen Zielvorgaben kanalisieren, durch eigenes Vorleben glaubhaft machen und mit planvollem Teambuilding optimieren. Es geht darum, Hindernisse bei der Selbstverwirklichung aus dem Weg zu räumen. Es geht darum, dem Einzelnen ein Weiterkommen zu ermöglichen und der Mannschaft dabei eine glaubhafte Aufgabe, Philosophie oder Vision mitzugeben, die sie wachsen lässt. Auch wenn Spötter meinen, wer Visionen hat, solle besser zum Arzt gehen.

Wenn man Menschen so einsetzt, wenn man ihnen vertraut, wenn man sie respektiert und wenn man sie fordert, dann kann es passieren, dass ganz großartige Dinge entstehen. Wenn jenseits von plattem Tschakka, Incentives oder Negativdruck die Freude und der Stolz am eigenen Tun zugelassen werden, dann kann es passieren, dass man zwar immer noch Spiele verliert, weil die anderen schlicht den besseren Tag erwischt haben. Aber zum einen hat man dann die Hemden wenigstens ordentlich durchgeschwitzt und zum anderen hat man dem Gegner zumindest den Rasen zertreten. In diesem Sinne: Ein kräftiges Tschakka!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Management Denkanstöße um 07:30

Freitag, 27. März 2009

wir - [Wiederholung vom 25. Septmeber 2006]

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

Jetzt zitiere ich mich schon selbst. Wow. Aber es passt einfach so gut. Also, erster Erscheinungstermin war 2006-09-25 07:01.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 15:48

Einstellungsproblematik

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

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

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

Donnerstag, 26. März 2009

Einfachheitsproblematik

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

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

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

Mittwoch, 25. März 2009

Von der Natur lernen: Lektion in Individualität

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

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

AIG

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

Geschrieben von Kai Falkenberg in Marketing Denkanstöße um 07:17

Emotionsproblematik

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

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

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

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

Dienstag, 24. März 2009

Der Staatsfonds Nr. 1

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

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 09:37

Strukturproblematik

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

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

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:29

Montag, 23. März 2009

Eine Kurzgeschichte

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

Der Fortschritt: Es fährt ein Zug nach Irgendwo

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

Innovationsproblematik

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

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

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

Sonntag, 22. März 2009

Von der Natur lernen: Lektion in Effizienz

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

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

Freitag, 20. März 2009

Der größte Hammer kommt erst noch

Ja, die Banken, jaja. Und die Versicherungen, jaja. Und Opel, jaja (manche nennen die Dinger von Opel sogar Auto, aber ich weiß nicht! Ich finde, das hat was von Förderwerkstatt, wo nachher aufm Flohmarkt verkauft wird, was die Kinder gebastelt ham). Ja, und natürlich die bankrotten Staaten in Osteuropa (plus Irland)(und Spanien), jaja. Und das Bruttosozialprodukt, jaja. Das ist alles ganz schön schlimm und beängstigend. Aber das Schlimmste überhaupt, das kommt erst noch.

Wenn die nämlich so weitermachen, und noch mehr Verluste und Abschreibungen und Ofenrohr und Gebirge, dann kanns sein - dann kommt nämlich der Fiskus, und dann gehts erst richtig ab. Mit den Taliban oder der Mafia oder den Chinesen oder Russen kann man ja noch reden, aber mit dem Fiskus? Mein Lieber! Das wird böse.

Die werden sich das anschauen und sagen: Keine Gewinnerzielungsabsicht. Alles nur Hobby. Alles nicht absetzbar. Geld zurück. Und dann - wie gesagt - wirds richtig böse.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:57

Wertproblematik

Wertschöpfung entsteht nur aus Wertschätzung, Wertschätzung für das Wesentliche. Diese verändert sich, denn die Wertschöpfungsketten entwickeln sich weiter. Zur Zeit hat 98% der an der Börse gehandelten Transaktionen nichts mit produzierendem Gewerbe zu tun. Vor 20 Jahren war das noch anders bzw. anders herum. Das bedeutet, dass Produkte nicht mehr den Wert darstellen, den sie mal hatten. Das ist in der Politik und in der Wirtschaft und bei den Menschen noch nicht angekommen.

Wir sind nun im Zyklus des Mehrwertes. Das heißt, es lässt sich alles gut, besser und teurer verkaufen, wenn man Mehrwerte schafft, die nicht zwingend etwas mit dem Produkt zu tun haben müssen. Wir entfernen uns somit vom Produktnutzen, was nichts ungewöhnliches ist, denn auch der eigentliche Produktnutzen hat Menschen weitaus weniger interessiert als ursprünglich die damit verbundenen Primärbedürfnisse. Aber auch diese entwickeln sich weiter. Somit entstehen sehr erfolgreiche Unternehmen, die mit den eigentlichen Produkten nichts am Hut haben, aber diese mit einem sensationellen Mehrwert verbinden. Und siehe da, dem Markt ist es egal. Ganz im Gegenteil, der orientiert sich mehr und mehr am Mehrwert. Wer das nicht sieht und nicht versteht, der kann dabei zusehen, wie sich sein Geschäftsmodell in Luft auflöst und andere plötzlich sein Geschäft machen.

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

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

Donnerstag, 19. März 2009

Selbsterfundene Witze

Sind nicht witzig, aber egal, wer findet Witze schon witzig?

Zum Beispiel den hier: Die Iren sind im SUV immer so schlecht drauf! - Aahahahaha!

Na? Mitgekommen? Der ist doch der Brüller, oder? Im SUV! Bei der Krise und so! Die Iren, die trinken doch so gern einen. War selber schon da, könnt mich richtig zu Hause fühlen. Und so ein Brüller ausgerechnet, wo die Krise jetzt schon vorbei ist. Oder auch nicht. Egal. Ich mein, wir sollten einfach schon mal anfangen mit Selbermachen.

Selbermachen wird bestimmt das gaaaanz große Ding. Also: Was geht rauf, wenn alles andere runter geht? Genau:Obi! Und Kleenex. Genau: Darum!!!! Selber Witze. Selber Möbel. Selber Liebe. Obwohl, ich weiß eigentlich gar nicht, wenn ich mit mir ne Beziehung haben müsste (sag ich mal so), obs mir da wirklich auf Liebe ankäme. Oder doch vielleicht einfach nur auf S*e*x.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:56

Bedarfsproblematik

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

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

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

Mittwoch, 18. März 2009

Die Zielproblematik

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

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

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

Dienstag, 17. März 2009

Interessenproblematik

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

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

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

Montag, 16. März 2009

Handlungsproblematik

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

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

Sonntag, 15. März 2009

Wo ist die Kokosnuss?

Immer wieder schön zu lesen, wenn jemand was schreibt, was nach klaren Worten klingt. Heute: Barry Ritholtz's "Monkey theory" - ein hübsches Stück über Affenjungen.

Auf die Frage, was die wichtigste Lektion in Finanzdingen, die er je gelernt hat: "Du bist ein Affe. Daran krankt alles. Ein halbwegs cleverer, hosentragender Primate. (...) Da ist eine Banane? Die will ich haben. (...) Wenn wir über Deregulierung sprechen, sprechen wir darüber, den Affen in Zaum zu halten. Ich möchte keine Märkte regulieren, sondern die Idioten, die am Schalthebel sitzen, die müssen wir regulieren." Hab ichs nicht auch immer gesagt? Ein betrunkenere Schimpanse hätte das besser gekonnt.

Apropos Tierwelt: Ameisen gelten doch oft als sozial, altruistisch, ein Musterbeispiel für soziales Miteinander. Irrtum: Ameisen sind betrügerisch und korrupt. "Offensichtlich sind Ameisen auch nur Menschen – jedenfalls was den Eigennutz angeht. Die Wissenschaftler entdeckten, dass bestimmte Ameisen das selbstlose System betrügen, um dadurch sicher zu stellen, dass ihre Nachkommen Königinnen werden (...)." Damit nicht genug. Um zu verhindern, dass der Betrug entdeckt und eventuell abgestellt wird, gehen die Betrüger sehr umsichtig vor. Sie tricksen nur so viel, dass es dem braven Rest der Ameisen nicht auffällt. "Wenn sich in einer Kolonie zu viele einer genetischen Linie zu Königinnen entwickeln, würden die anderen Ameisen das merken und entsprechend dagegen handeln. Daher denken wir, dass die Männchen mit diesen Genen eine Technik entwickelt haben, um ihre Nachkommen über mehrere Kolonien zu verteilen und damit einer Entdeckung zu entgehen. (...) Nach Ansicht des Wissenschaftlers handelt es sich hier um eine evolutionäre Strategie der „Betrüger“ um einer Unterdrückung durch die altruistischen Massen, die sie ausbeuten, zu entgehen." Sieh an, wo ist uns so was Ähnliches nur schon mal begegnet?

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:54

Freitag, 13. März 2009

Netzwerkproblematik

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

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

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

Donnerstag, 12. März 2009

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

Fotos: Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 20:11

Super, schon vorbei - die Krise!

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

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 09:42

Ratioproblematik

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

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

Mittwoch, 11. März 2009

Kreativproblematik

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

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik,...

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

Dienstag, 10. März 2009

Individualitätsproblematik

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

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, ...

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

Montag, 9. März 2009

Klosterbücherei Bernried am Starnberger See: Renaissance der einfachen Glückseligkeit

Fotos: Christof Hintze

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:10

Disziplinproblematik

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

Lösungsproblematik,...

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

Freitag, 6. März 2009

Die Lösungsproblematik

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

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

Mittwoch, 4. März 2009

Na und?

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

Angenommen, die prognostizierten Einbrüche kommen, dann befinden wir uns Ende 2009 auf dem Stand von 2007; oh my goodness, wir werden verhungern

Kunden, egal welche, hören nicht auf, etwas zu wollen

Preisfrage: Wenn Kunden weniger Lust haben, Geld auszugeben, was werden sie in Zukunft kaufen? Unterpreisten Preisgeldreck?

Oder denkt man vielleicht eher mal nach, dass die Investition in Qualität lohnender ist, weil es eben nicht egal ist? Weil die Strategie, Billigdreck ständig zu erneuern, eben doch teurer ist?

Was machen wir, wenn wir nicht jedes Jahr eine neue Kamera, sondern einmalig jetzt eine Kamera kaufen wollen, die es fünf bis 10 bis 25 Jahre lang tun soll? Oder einen Rechner. Oder Schuhe. Oder eine Jacke. Wie verhalten wir uns? Es geht weniger, okay, aber es geht was. Die Frage ist, wer bleibt im Rennen und wen wirft es raus?

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

1997, September: Registrierung der Domain

1998, September: Erster Mitarbeiter angestellt

1999, Mai: Elfter Mitarbeiter

2000, März: Boo.com geht pleite - die ganze Blase platzt

Komisch, Google macht weiter, zweieinhalb Jahre nach der Firmengründung, und es gab so einen Markteinbruch:

Warum haben sie nicht aufgegeben?

2002: Nein-Ellewenn

2002: Google wird Marktführer vor Yahoo

2004: Google ist aufgrund seiner Größe gezwungen, an die Börse zu gehen

2007: Google ist das wertvollste Unternehmen der Welt

Unfair, stimmt's? Google ist doch wirklich ein blödes Beispiel. Eine Ausnahme. Jaja. Wo es doch so vielen Unternehmen in der ganzen Zeit nicht ganz so gut gegangen ist. Aber genau das ist der Punkt: Manche sind weg, manche haben nicht ganz so viel Spaß gehabt, manchen ging es prächtig, und manchen geht es auch heute noch prächtig. Und es soll immer Glück gewesen sein, was den Unterschied macht?

Der wichtigste Unterschied: Die Unternehmen, die es heute noch gibt, haben weiter gemacht. Auch im Kopf. Besonders im Kopf. Und manche haben richtig nachgedacht. Und was Neues gemacht.

iTunes wurde 2001 gegründet, seit 2003 für Windows veröffentlicht

iPhones werden seit Juni 2007 verkauft, ein neues Handy in einem zu-en Markt, sieh an

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:07

Dienstag, 3. März 2009

Und nachher ist es keiner gewesen ...

Gestern auf SZ-online. Heribert Prantl sagt, wie es ist:

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

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:21

Montag, 2. März 2009

10 Jahre

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

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 08:29

Sonntag, 1. März 2009

Wie alles kam ...

The Crisis of Credit Visualized from Jonathan Jarvis on Vimeo.

Die kurze Version.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 22:48

Nacktschwimmer und Geisterfahrer

"It is only when the tide goes out that we see who has been swimming naked." - Warren Buffet

Wenn alles läuft, sehen alle gut aus, aber nur bei Ebbe lässt sich feststellen, wer nackt schwimmt. Hübsches Bild.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 14:45