

Dienstag, 30. Juni 2009

### **Das mit die Werbung is so einfach ganz**

Werbung ist wie sprecken. Jeder learnt von Kindersbeinen. Du musst nur können sagen, was du will sagen, dann alles klar. Ehrlick sein.

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

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 23:05

Samstag, 27. Juni 2009

### **Neues - diesmal von der dicken Frau**

"Es gibt viele gute Gründe, überflüssige Pfunde loszuwerden, doch wenn es um Sex geht, kann eine Frau sie auch behalten." So die letzte "Psychologie heute".

Mit andren Worten, warum auch immer die dicke Frau sich dick findet (und letztlich finden sich ja alle Frauen zu dick) und leidet und abnehmen will - wegen der Realität ihrer Sexualität müsste es nicht sein. Vielleicht hängt mit der Wunschvorstellung zusammen, mit zwei-drei Kilos weniger (oder auch 20-30 Kilos weniger) endlich nicht einfach nur irgendwen, sondern dann eben doch Brad Pitt oder Robert Pattinson ins Bett kriegen zu können. Mag sein.

Dumm ist es übrigens für den dicken Mann. Das hat die Wissenschaft nebenbei auch entdeckt: Der dicke Mann hat allenfalls halb so viel Sex wie der schlanke. Kannste mal sehen.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 15:58

### **I've seen them all**

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

Kreativagentur aus Hamburg; für nen Brüller auf Youtube würden sie ihre Oma verkaufen; als Kunde braucht man da viel Geld und Geduld und ein gesundes Selbstbewusstsein, denn im Nebensatz bekommt man dauernd reingedrückt, dass man keine Ahnung hat und blöder ist als die andern Kunden der Agentur

Seelenloser Effizienzking aus Düsseldorf; deckt mit unglaublichem Einsatz auf, dass die Leute im Winter mehr heizen, und kann doch tatsächlich Anzeigen um 0,2% günstiger einkaufen als Sie

Korinthenkacker mit schwäbischer Gründlichkeit, der selbstverständlich nie NIE ein falsches Komma übersieht - bedauerlicherweise in Texten, die so gründlich langweilig sind, dass sie eh keiner liest

Schweizer Corporate-Design-Agentur, deren Empfehlung darin mündet, nur eine, dafür aber komplizierte Farbe zu verwenden, sowie nur eine, dafür aber hübsch platzfressend weit laufende Typo, die allein für Fließtext und Plakat-Überschriften definiert ist (Kunden, die mehr brauchen, hams einfach nicht kapiert)

Sympathischer, kleiner Tante-Emma-Design-Laden next door, der aus zwei Studienkumpels besteht, die auf ihrer unglaublich geil aufgeflashten Seite Super-sexy-Site den Eindruck erwecken, sie hätten Apple erfunden; es ist ermutigend und toll, dass es auch eine Marktnische für die niedliche kleine GbR hat, die seit 2005 aus Harry und Herbert besteht und mit so lustigen Angeboten wie "Strategieberatung" lockt

Wobei man sagen muss, mit einer Sache haben Harry und Herbert recht: mit dem Vorschlag, einfach mal konsequent eine zeitlang bei einer Sache zu bleiben und eine Linie zu fahren; etwas, das sie im zweiten Semester Design gelernt haben, womit man aber immer noch Vorstände von Dax-Unternehmen in jeder Phase des Insolvenz-Verfahrens verblüffen kann.

(Und dann gibt es natürlich noch die beste Werbeagentur der Welt, keine Frage)

Jede Art Werbeagentur kann was und kann anderes nicht. Wer eine Agentur beauftragen darf und seinen Job versteht, sollte aber wenigstens in der Lage sein, die richtigen Fragen zu stellen, und sollte bei den Antworten gut zuhören; das ist schon mehr als die halbe Miete für eine gut funktionierende Entscheidung. Wenn wir aber über richtig große Werbeagenturen reden, sind viele überhaupt nur deswegen im Rennen, weil irgend ein Schisser im Management mit ihrer Beauftragung die Hoffnung verbindet, sie mögen für ihr Fantasie-Honorar in den zwei Vorstandsterminen, die man eingeräumt bekommt, keine allzu schlimme Scheiße verzapfen.

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

Freitag, 26. Juni 2009

### **King of pop**

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

Geschrieben von Mr. Green in Menschen um 09:11

Mittwoch, 24. Juni 2009

### **I am the slime from the video**

Wie wärs denn mal mit ner ganz anderen Casting-Show?

In der Jury sitzt "Mutti", die prototypische Mutter der Nation, und es bewerben sich Tausende junger Bürscherln, die dann so komplizierte Sachen hinkriegen müssen, wie "einkaufen gehen" (mit Einkaufszettel) (und ohne die Hälfte zu vergessen). Nebenbei wird bewertet, ob sie es schaffen, niemand anzupöbeln und sich nicht vor Omis an die Kasse drängeln.

Die Zeit für diese Show ist reif, denn die Fernsehnation ist inzwischen abgestumpft vom Anblick all der Underdogs, die aufsteigen und Helden oder Stars sein wollen, wie langweilig, und dabei recht schüchtern tun, sich eine Menge anhören und stellvertretend für uns alle lernen, dass nur der Erste gut ist, und alles andere Loser sind. Man darf sich von der sympathisch angepassten Schüchternheit der 16-Jährigen bei der Klum oder bei DSDS nicht täuschen lassen. Der Mainstream wird von der U-Bahn fahrenden Stadtjugend gesetzt, die mit für die Einschaltquoten all dieser Camps und Reality-Doku-Soaps sorgt. In diesem medialen Umfeld werden irgendwelche gerade eben ausgenüchterte keine-Ahnung-Kids garantiert zur Sensation, wenn sie versuchen, Mutti eine Tasse Tee zu servieren, um in die nächste Runde zu kommen, wenn sie abwaschen müssen, wenn sie den Müll runtertragen, wenn sie einen graden Satz rausbringen.

"Star" oder "super" ist heute doch jeder Arsch! Die Kunst (und Sensation) besteht doch darin, einfach erst mal lebensfähig zu sein. Auch, wenn das eventuell bedeutet, das Würstchen bleiben zu müssen, das du nun mal bist. Das Märchen von Einem, der auszieht, das Abspülen zu lernen - das ist heute die Sensation.

Die Kritik wird sich natürlich daran abarbeiten, dass am Ende nur einer die Chance hat, den Einkauf auch im richtigen Leben zu erledigen. Alle anderen, bedauerlich, aber so ist es nun mal, müssen dahin zurück, wo sie herkommen.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 21:46

Dienstag, 23. Juni 2009

## **Tag des öffentlichen Dienstes**

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

Geschrieben von Kai Falkenberg in München um 18:18

Montag, 22. Juni 2009

## **Aufwandsproblematik**

Ein gängiges und funktionierendes Geschäftsmodell der Vergangenheit basierte auf dem Aufwandsprinzip. Man konnte seinen Umsatz und Ertrag dadurch steigern, in dem man den Kunden möglichst viel Aufwand verkaufte. Somit musste man die Fähigkeit erlernen, Aufwand zu verkaufen. Jede Mücke musste man zu einem Elefanten aufblasen können, denn nur so kam man an das gute und viele Geld. Da wurde nicht repariert, sondern gleich was neues angedreht. Gerade Architekten und Werber können davon ein Lied singen, warum man die Budgets ständig überschritten hatte und innerhalb dieser, möglichst komplexe und komplizierte Umsetzungen platzierte. Aufwand hieß, Geld verdienen. An Lösungen war da noch nicht zu denken. Aus diesem Bewusstsein erwachen nun langsam immer mehr, denn die gewünschte Wirkung blieb in der Regel aus. Kein Wunder, wenn etwas so kompliziert ist. Das Umdenken weg vom Aufwand, hin zur Lösung, die nicht budget- sondern zweckgebunden ist, sondern an die Wirkung, findet nun statt. Und siehe da, es entsteht eine erfolgreiche parallele Wirtschaft, die mit der Aufwandswirtschaft nicht zu tun hat. Und das allerschönste – sie funktioniert.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, ...

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

## **Verantwortungsproblematik**

Es galt und gilt als Errungenschaft, wenn wir Verantwortung abgeben können, egal ob an den Sicherungskasten, an FI-Schalter, an Rauchmelder, an Airbags und so weiter. Wohin man sieht, sind Systeme entstanden, die uns der Verantwortung entheben. Diese Errungenschaft hat wie viele ein neues Problem gleich im Gepäck. Wenn uns an allen Ecken und Enden die Verantwortung als Entlastung abgenommen wird, dann fühlen wir uns auch nicht mehr verantwortlich. Und dann verhalten wir uns auch nicht mehr verantwortlich. Dieses schädliche gesellschaftliche Verhalten kann man überall beobachten. Das führt dazu, dass jeder davon ausgeht, dass man selbst nicht verantwortlich sein muss. Und deshalb auch unverantwortlich handeln kann. Somit muss man resümieren, wir haben für eine Art von Fortschritt das Bewusstsein für Verantwortung verloren und genau so gehen wir mit den Dingen unserer Zeit um. Somit hieße es im Umkehrschluss, man müsste diese ganzen Sicherungssysteme wieder abbauen, damit man wieder Verantwortung lernt und sich verantwortlich fühlen muss. Verantwortung ist eben kein Reflex oder etwas angeborenes, es ist eine Frage der Entwicklung. Und die läuft in der Frage in die falsche Richtung.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, ...

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

Dienstag, 16. Juni 2009

## **Neues vom dicken Mann**

Dicke Männer gehen in die Tiefe. Also nicht Höhe, sondern Tiefe, so wie "Höhe x Breite x Tiefe". Und dicke Frauen gehen in die Breite. Ist mir im Schwimmbad aufgefallen.

Ich red nur vom Äußerlichen. Innerlich sind ja alle dick. Entweder wirklich oder eingebildet oder sie haben Angst davor oder sie sind zwar äußerlich nicht dick (noch nicht), befürchten aber, dass nach dem nächsten Tomatensalat die Sitzmöbel unter ihnen zusammenbrechen. Es ist übrigens egal, wie dick jemand ist. Dicksein ist digital (dickital, haha): An - Aus, entweder man ist es oder nicht, und eigentlich sind es alle. Das Wort "Diät" ist sogar noch bekannter als das Wort "Penisneid". Und das ist es ja, was meines Erachtens dahinter steckt: Penisneid. Ich bitte Sie! Dick? Das kann doch nur ein Mann sein. Und wenn Frauen das auch haben wollen, was ist das dann? Na? - Na also. Sag ichs doch. Ich kenn meinen Freud.

Na, jedenfalls: Frauen gehen prozentual mehr in die Breite, man sieht vor allem von vorn und hinten, dass sie dick sind, also ganz besonders von hinten. Und bei Männern sieht mans besonders von seitlich. Trommelbauch. Warum übrigens ein Nichtbierbauch ausgerechnet Sixpack heißt, kann mir auch keiner erklären.

Deswegen ist Sylt so beliebt. Wegen dem breiten Strand und dem Meer. Niemand stößt mit dem Bauch irgendwo an. Traumhaft. Im Ernst, da reden zwar immer alle vom dicken Fell und so, aber das ist auch nicht schön, wenn man dauernd vom nächsten Gartenzaun, von der Möbelkante oder vom Einkaufswagen angepufft wird, wirklich nicht. Wenn man übrigens aufmerksam hinsieht, merkt man, dass Frauen sich immer mit der Seite zum Meer präsentieren, Männer immer frontal (machen einen auf Hochseesachverständ). Wahrscheinlich, damit das Meer nicht gleich sieht, was mit ihnen los ist.

Nächste Woche mehr davon. Da erklär ich dann, wieso Reißverschlüsse nach der Zipp-Technik benannt sind, und was es damit auf sich hat, dass man Großes dahinter ganz klein verstecken kann.

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 01:02

Montag, 15. Juni 2009

## **Und da fährt er hin, der Zug der Entwicklung**

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

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 16:23

## **Gemeinschaftsproblematik**

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

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



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

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