

Dienstag, 31. Oktober 2006

Weltneuheit! Exklusiv nur auf dem note-blog: Die erste buddhistische Online Zeitansage

Beim nächsten Pulsschlag ist es genau: JETZT!

The Buddhawatch:

Stimmt immer. Absolut präzise. Ohne Abweichung. Mit Sommerzeit. Läuft ohne Batterien. Keine Mechanik. Kein Verschleiß. Trägt man locker in sich. Überall erhältlich, wo die Zeit noch nicht abgelaufen ist. Stellt sich automatisch auch bei Intercontinentalflügen über jede Zeitzone hinweg ein. Kann man nicht entwenden. Und ist absolut stoßfest und wasserdicht. One fits all. Für Sie, Ihn und auch das Über-Ich. Leider nur ohne Werbeaufdruck erhältlich. (Hinweis: Diese Uhr ist Personen nicht zu empfehlen, die nicht ganz richtig ticken!)

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 17:17

Orientierungshilfe

Nein!

Hier auch nicht!

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:04

Unser dritter Wunsch: Der Wunschneukunde sollte ein Gleichgesinnter sein

Man tut sich keinen Gefallen, wenn man nicht auf einer Wellenlänge ist. Die Unternehmens-Kulturen müssen zueinander passen. Man muss sich respektieren, mögen und schätzen. Die selben Ideale verfolgen. Moralische und ethische Übereinstimmung. Das ist sehr wichtig, denn so freut man sich immer wieder aufeinander. Was ein sehr produktives Arbeitsumfeld schafft. Man erreicht mehr, miteinander. Man vergeudet keine Kräfte und Energien in sinnlosen Debatten über Geschmack und Haltung. Gleichgesinnte zu sein, heißt, nicht neidisch oder eifersüchtig zu sein. Sich für den anderen zu freuen. Ihm alle erdenkliche Unterstützung zuteil werden zu lassen. Nicht nur aufs Geld zu schauen, sondern viel Wert auf das gemeinsam erreichte und gepflegte Niveau zu legen. Wir wollen nicht nur Kunden, sondern Agenturfreunde gewinnen.

Unser Wunsch: Machen Sie sich ein Bild von uns und gehen Sie in sich, ob Sie eine große Übereinstimmung empfinden. Wenn sich das gute Gefühl in Ihnen breit macht, dann könnte es passen.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 07:03

Ein Plan ist leider oft nur ein schlechter Plan

Die Städteplaner hatten Anfang der 70er große Pläne. Sie schufen ganze Städte auf einen Schlag. Aus der Retorte. Lebensraum für tausende Familien vom Zeichenbrett. Sozialer Wohnungsbau. So entstand auch der Kölner Stadtteil Köln-Chorweiler. An alles haben die Idealisten und Visionäre damals gedacht. Es gibt ein City-Center zum Einkaufen. Ein Schwimmbad. Es gibt eine Polizeidienststelle. Kindergärten. Spielplätze. Schulen. U-Bahn. Busbahnhof. Ein Ärztehochhaus. Alles, was ein Ballungsraum braucht, wurde auf einen Schlag gebaut. Ein Plan der 70er.

Ein Scheißplan, wie sich einige Zeit später herausstellte. Denn es war ein Plan, der das Wesentlichste nicht berücksichtigt: den Menschen. Denn Chorweiler ist schnell ein sozialer Brennpunkt geworden. Eine Stadt mit einem Ausländeranteil weit über 50%. Mit vielen Menschen am Existenzminimum. Mit vielen Arbeitslosen. Mit viel Kriminalität. Mit viel Aggressivität und Gewalt. Mit vielen Selbstmorden. Woher ich das weiß? Ich bin da zur Schule gegangen. In die Heinrich-Böll-Gesamtschule Köln-Chorweiler.

Deshalb hab ich ein sehr genaues Bild von assozial, wenn andere glauben, über dasselbe zu sprechen. Ein sehr detailliertes. Denn ich war da. 8 Jahre lang. In einer Stadt ohne Seele, ohne Herz. Die einem nie das Gefühl von zuhause vermittelt. Das wohl größte Asylantenheim Deutschlands. Zum Glück habe ich ca. 20 Kilometer davon entfernt gewohnt. Aber ich habe nichts vergessen. Die Bilder sind alle noch da, als ob es gestern war. Dabei habe ich im Juni 1985 das letzte Mal den Boden von Chorweiler betreten. Denn wer diesen Ort einmal verlassen hat, der kommt nie wieder.

Schon damals war ich sehr verwundert über die Pläne, die einem schon auf den ersten Blick vor Augen führten, dass sie nie aufgehen würden. Ob einer der Planer oder Architekten von Chorweiler je selbst dort gewohnt hat? Wohl kaum. Das ist auch das Elend mit der Werbung. Es fehlt die Nähe zu den Dingen und Zielgruppen. Die man sieht und spürt. Zuviel Distanz. Nur mit spitzen Fingern berührt. Ich merke, dass da jemand etwas nicht selbst anfassen, begreifen oder respektieren will. Das geht so weit, dass die Zielgruppe regelrecht verarscht wird.

Ich sag ja nicht im übertragenen Sinne, dass jeder in Chorweiler wohnen muss, um zu kapieren, was da los ist, aber man sollte die Menschen nicht veräppeln. Respekt ist das Wichtigste. Distanz verhindert diesen. Wer Distanz bewahren will, sollte zumindest den Respekt um so mehr aufrecht erhalten.

Sonst haben die Pläne der Werbung die selbe verheerende Wirkung wie die der Städteplaner in der 70ern. Denkt an die Menschen. Die Arbeitsplätze. Den Nutzen. Die Lebensqualität. Niemand möchte in einem schlechten Plan aufwachen.

Deshalb amüsiert mich die Unterschichten-Diskussion sehr. Nicht hinsehen, bedeutet nicht, dass es nicht trotzdem da ist. Nicht wahr haben wollen, bedeutet nicht, dass es nicht längst irgendwo traurige Realität ist. Das ist ja wie in der französischen Revolution, als das hungernde Volk um Brot bettelte und Marie Antionette sich die Bemerkung nicht verkneifen konnte, zu äußern: Wenn die kein Brot haben, warum essen sie denn keinen Kuchen?

Ich wünsche allen Schichten eine schöne Woche.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:01

Herr Shakespeare - Sie fehlen mir

Mein Respekt vor seiner Lebensleistung ist unermesslich. Die Titel seiner Stücke und auch die Übersetzungen sind meisterhaft. Der präzise Blick in die Wirklichkeiten der Menschheit, der bis heute stand hält, an Aktualität nie verloren hat, zeugt von großer analytischer Fähigkeit. Die zum Glück nicht bei einem Psychiater geendet, sondern in diese vielen grandiosen Stücke eingeflossen ist. Es ist ein großer Verlust, dass eine solche Persönlichkeit nicht immer unter uns weilt. Ich bekomme Gänsehaut, wenn ich nur darüber nachdenke, wenn ein Kaliber wie William Shakespeare all sagen wir mal zwei Jahre eine Uraufführung zum Besten geben würde. Schade.

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Freitag, 27. Oktober 2006

Der Friedhof ist voller Menschen die unersetzlich sind

Viel Vergnügen beim Rundgang durch die Geschichte. Genauer unsere. Immer den Kreuzen nach.

Honoré de Balzac, Gilbert Bécaud, Sarah Bernhardt, Georges Bizet, Pierre Brasseur, Ettore Bugatti , Maria Callas, Marcel Camus, Frédéric Chopin, Eugène Delacroix, Max Ernst, Stéphane Grappelli, Jean de La Fontaine , Jean-Baptiste Poquelin Moliere , Yves Montand , Jim Morrison, Michel Petrucciani, Edith Piaf, Marcel Proust, Gioacchino Antonio Rossini, Simone Signoret, Oscar Wilde ...

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 20:48

Ein weiteres meiner weltberühmten Flugzeugfotos: Aus der Luft gegriffen

Ist mir erst Gestern vor die Linse gekommen. Was sind das eigentlich für Typen die so was fotografieren? Langsam bekomme ich Bedenken. Zweifel. Aber es scheint nicht weiter gefährlich. Aber jeder Flieger am Himmel löst diesen Reflex in mir aus. Könnte das wieder eins werden, meiner weltberühmten Aufnahmen? Wie erkläre ich das anderen und vor allem mir? Dazu demnächst mehr. Hier. Wo sonst.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 10:53

What you see is what you get?

Dieses Sprichwort sollte man im Fall Marketing und Kommunikation nicht so wörtlich nehmen. Denn hier verhält es sich ähnlich wie bei Eisbergen: Das wirklich Interessante sieht man nicht auf den ersten Blick, erlebt man aber unvermeidlich. Das für die Werbewirkung so wichtige Involvement soll unbemerkt und überraschend seinen Platz in der Gefühlswelt des Rezipienten einnehmen. Ohne dass er es hätte verhindern können. Man ist somit bei guter Werbung immer gewollt auf Kollisionskurs mit dem Unterbewusstsein. Das liegt, wie beim Eisberg, unter der Oberflächlichkeit. In den Tiefen der Hirnwindungen. Somit kann Werbung, die vordergründig ist, nie den erstrebenswerten Tiefgang erreichen. Denn da lauern alle Vorurteile, Bedenken und andere Abwehrmechanismen, die uns schützen. Werbung muss schon schlauer sein als der Rezipient glauben mag, um dahin zu gelangen, wo alle hin wollen. Vom Unterbewusstsein ins Bewusstsein. Auf den Platz 1 im Relevant Set. Vom Unbekannten zum Interessenten zum Käufer.

Wie gut, dass dieses Handwerk nur wenige können, bisweilen verstehen. Was man an einer einfachen Äußerung leicht entlarven kann: Das versteht der Kunde nicht! Wenn dieser Satz fällt, weiß man, woran man ist. Antworten Sie einfach: Wieviel Amerikaner haben "Vorsprung durch Technik" verstanden? Wieviele sprechen deutsch da drüben? Kann Audi so lange so sehr irren? Immerhin ist es Audi.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:03

Geschmack

Worüber die Menschen am meisten reden, haben sie die wenigste Ahnung. Deshalb reden sie ja so viel darüber. Um den zum Scheitern verurteilten Versuch zu unternehmen, neue Erkenntnisse hinzu zu gewinnen. Besonders verhält sich dies so bei Geschmacksdiskussionen. Geschmack ist ein Privileg. Das man sich hart erarbeiten muss. Denn es resultiert aus der Bereitschaft und Fähigkeit der selektiven Wahrnehmung. Das bedeutet, etwas bis ins kleinste Detail zerlegen zu können. Und nicht nur ganzheitlich bzw. oberflächlich wahrzunehmen.

Am Beispiel des Weins kann man dieses Verhalten sehr gut festmachen. Wir haben alle (mich eingenommen) keine Ahnung von Wein. Wir glauben aber Ahnung zu haben. Weil wir Etiketten und Preis mit Geschmack verwechseln. Nur

weil man einen bekannten und/oder teuren Wein köpft, hat man noch lange keine Ahnung. Deshalb das ganze Gerede um Wein. Mein Lieblingsweinhändler (auch liebevoll Dealer von mir genannt, Walter Zimmermann von Walter & Benjamin auf der Rumfordstraße 1 in München), hat mir mit einem Satz die Augen geöffnet. In dem er sagte: "Du kannst jeden Tag deines Lebens einen guten Wein trinken, ohne je 2 x den selben getrunken zu haben."

Mit diesem Satz im Kopf ließ ich meine Gedanken über den Parker und den Johnson streifen und über die viele Etiketten im Regal. Untermauert wurde diese These von der Tatsache, dass aus dem Bordeaux nur knapp 2% der weltweiten Weinproduktion kommen, wir aber von ca. 5.000 verschiedenen Abfüllungen reden. Somit müsste ich, um in die Nähe des Kenners zu kommen, täglich ca. 20 bis 50 verschiedene Tropfen in seine Einzelteile zerlegen. Und das über Jahre fortführen. Dabei dürfte ich nie auf den Preis und das Etikett schauen, sondern müsste mir immer ein eigenes Bild von der Beschaffenheit machen.

Das macht niemand, den ich kenne. Auch die größten Weinkenner nicht. Somit muss man sich entweder auf seine Nase und seinen Gaumen verlassen lernen. Oder immer genügend für große Namen ausgeben. Aber nur einer der beiden hat die Chance, so etwas wie Geschmack zu entwickeln. Der andere verläßt sich auf das Urteil Dritter.

Deshalb sind Geschmacksdiskussionen in der Regel lange Gespräche von Privilegierten, die aber zur Sache nur wenig beitragen können. In der Werbung verhält sich das ebenso. Wie in der Musik. Der Kunst. Der Literatur. Der Mode. In allem. Nur ganz, ganz wenige haben Ahnung, worüber sie reden. Nur die tun es nicht. Weil sie ja wissen, woran sie sind. Was für ein Dilemma.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Vermögensberatung für einen Toten

Bei meiner Schwiegermutter traf ich unlängst auf die Post. Darunter ein Mailing der Deutschen Bank. Adressiert an meinen Schwiegervater. Der leider schon 13 Jahre nicht mehr unter uns weilt. Was besonders schade ist, denn ich habe ihn zu Lebzeiten nicht mehr kennen gelernt. Meine Frau und ich sind erst seit 12 Jahren ein Paar. Tja, in diesem Fall bin ich zu spät gekommen.

Ich öffne das DIN-lang mailing. Darin viele freundlich dreinschauende ältere Menschen. Und es geht um Vermögensberatung im Ruhestand. Was zusätzlich bitter ist. Denn mein Schwiegervater ist mit 65 Jahren gestorben. Von seiner Rente und seinem Ruhestand hat er nichts gehabt.

Meine Schwiegermutter reagiert darauf, wie jemand aus dem Ruhrpott eben reagiert. "Schmeiß weg!" Ach, dabei ist mir auch aufgefallen, dass der Telefonanschluss der Telekom seit 12 Jahren auf einen Toten läuft. Der zudem auch noch die Telefonrechnung aus dem Jenseits begleicht.

Der Fall hätte nicht meine Aufmerksamkeit erregt, wenn der gute Mann nicht schon vor über 12 Jahre das Zeitliche gesegnet hätte. Somit habe ich hochgerchnet: Dass in Deutschland im Jahr ca. 700.000 Menschen sterben. Das macht in 12 Jahren 8,4 Millionen Tote. Die weitestgehend in allen Datenbanken weiter leben. Sagen wir mal 40 % davon sind sogenannte Halbtote der Datenbanken. Das sind immer noch 3,36 Millionen Tote. Die prozentual mehrheitlich älter waren. Sagen wir mal zu 80 %. Das bedeutet, dass 2,288 Millionen Menschen seit dem Tod meines Schwiegervaters einen volkswirtschaftlich und betriebswirtschaftlich enormen Schaden anrichten. Ohne es zu wollen. Sie könne dagegen nichts tun, denn sie sind ja tot. Gerade die Deutsche Bank trifft das hart. Wenn man bedenkt, dass deren Zielgruppe eh nur auf reiche, ältere Menschen ausgerichtet ist. Dann verschicken die ca. 50% an Tote. Ich glaube, das hat den Begriff "Totes Kapital" verdient.

Schon Wahnsinn, nicht nur, dass wir nicht mit den Lebenden fertig werden, jetzt liegen uns auch noch die Toten auf der Tasche. Dass es da noch keine statistische Datenlöschungsstelle gibt, bei der alle Datenbanken automatisch Tote aus der Datenbank löschen lassen könnten. Das hätte viele Vorteile. Die Datenbankbesitzer müssten zahlen für diesen Abgleich. Somit hätte das zwei Vorteile. Zum einen würde Geld verdient werden, wo man es braucht. Und das sogar mit den Toten. Und zum anderen würde man den wirtschaftlichen Schaden und das damit verbundene Image und anderweitige Schäden verhindern. Das ist doch was wert. Warum da noch keiner dahinter gekommen ist?

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 07:00

Donnerstag, 26. Oktober 2006

freunde

ich moechte euch hier eine guten freund und kollegen vorstellen: theo barth. theo und ich kennen uns vom studium in einer stadt, die es angeblich gar nicht gibt.

erst zeige ich hier theo und dann zeigt theo eine arbeit ueber shanghai. wollte ich auch immer schon mal hin. ach ja.

Geschrieben von Peter von Felbert in Freunde um 20:36

Mädchen am Bund

Geschrieben von um 20:34

Fuxing Park

Geschrieben von um 20:32

Hochzeitspaar Pudong

Geschrieben von in Weite Welt um 20:31

Hafen Shanghai

Geschrieben von in Weite Welt um 20:31

Friseur Zhabai District

Geschrieben von in Weite Welt um 20:24

Wohnsiedlung Zhabai District

Geschrieben von in Weite Welt um 20:23

Volksgarten

Geschrieben von in Weite Welt um 20:22

Spielplatz

Geschrieben von um 20:20

Volksgarten

Geschrieben von in Weite Welt um 20:19

Golfspieler, Pudong

Geschrieben von in Weite Welt um 20:16

Die Tür zum Gestern ist geschlossen und die zum Morgen noch nicht geöffnet

Heute musste ich erfahren, dass ein mir lieber Boulespieler, seine Frau und ein weitere Boulespieler bei einem schrecklichen Verkehrsunfall Helmut. Barbare. Yves. Sagt man auf Wiedersehen. Tschüss. Oder salut? Es waren wunderbare, unvergessliche Momente mit Euch. Ich möchte mich dafür recht herzlich bedanken. Danke.

Geschrieben von Christof Hintze um 19:39

Das Spiel. La partie. Kapitel 1.

Boule ist ein Spiel. Es ist doch nur ein Spiel würden einige – leichtfertig - mutmaßen. Weitestgehend, bis gänzlich kämen diese unwissenden Äußerungen sicherlich nicht von Franzosen. Pas du tout. Auf diese unbedachte Äußerung würde man einem Franzosen nur ein „Boche!“ entlocken. Das Kosewort der Franzosen für die barbarischen Deutschen. Die Bedeutung ist nicht ganz klar, sie liegt höflich ausgedrückt bei „Dickschädel“. Aber sie geht auch noch weiter, viel weiter. Boule ist ohne Zweifel ein französisches Spiel. Keine Ahnenforschung wird einen anderen Ursprung, als einen französischen, entdecken. Nicht wie Backgammon, dass schon 7.000 Jahre vor den Zockern in den Cafés im sandigen Ägypten ganze Dynastien eventuell ruiniert hat. Keine Höhlenmalerei in Australien, die kleine Männer mit Kugeln um sich werfend zeigen. Nichts. Geboren, gewachsen, gespielt und gestorben in Frankreich. Der Todestag muss somit der aller letzte der Zivilisation sein. Oder ein missglückter französischer Atomversuch. Oh, la, la. Das jüngst Boulegericht so zusagen. Boule ist ein Nationalsport. Habe ich aus Versehen „ein“ gesagt? Falsch! Ich meinte natürlich „der“ Nationalsport. Wenn Frankreich eine unbemannte Raumkapsel ins all schießen würde, auf dem Weg in ferne Galaxien, mit den wichtigsten weltlichen Botschaften für das Universum. Dann lägen da hundertprozentig 3 nagelneue Sätze polierter „Obut Match plus“ Kugeln drin. Das Spiel das man ohne weiteres nicht wirklich zu den klassischen Sportarten zählen kann. Darf? Soll? Muss? Diese Formulierung ist zugegebenermaßen grenzwertig. Aber es geht nun mal nicht anders. Was man unter anderem daran erkennt, dass man noch nie eine Begegnung im Fernsehen hat verfolgen können. Nicht mal die Boule Weltmeisterschaften flimmern über Eurosport. Und in diesem Restsportweltverwertungskanal, da kann man sogar Snooker, Criket, Pokern, Mister Universum und Monstertrucks sehen. Aber eine Boulekugel rollte da noch nie durchs 4 zu 3 geschweige 16 zu 9 Bild. Nicht mal in Mono. Sogar auf Arte oder 3 SAT könnte man ja mal eine Kultursendung „Boule“ erwarten. Nichts. Gar nichts. Curling kann man da stundenlang bewundern, Kegeln und Bowling. Aber ein kleines rotes Schweinchen, habe ich da noch nie im Dreck liegen sehen. Um eine anerkannte Sportart zu sein, dazu gehört für Viele schon, neben Sponsoren und Medientauglichkeit, weit aus mehr.

Geschrieben von Christof Hintze in Das Spiel um 18:00

The Web Matrix

Ich bin an das Ende unseres Universums gelangt. Wer will kann mitkommen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 16:24

Das wahre Symbol für eine freie Welt

Was man mit Werbung alles erreichen kann? Alles! Hier der Beweis.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:50

Gestern abend, direkt vor der Haustür, dass musste ich euch einfach zeigen

Um Himmelswillen ist das nicht schön? Leider kann meine kleine Digi nur diesen winzig kleinen Ausschnitt einfangen, aber den Rest könnt ihr euch sicher denken. War auf jeden Fall beeindruckender als dieses erbärmliche DFB Pokal Gekicke.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:25

Es gibt ihn doch

Regen, ohne dass man nass wird. Heute morgen bin ich auf der A96 nach München gefahren. Wie seit 7 Jahren. So bei Tempo 145 und auf Höhe von Gilching, ging akustisch ein Regenschauer nieder. Aber nur akustisch. Das Auto, die Windschutzscheibe blieben trocken. Um mich herum traten alle anderen Autofahrer nervös in die Eisen. Die Geräuschkulisse hatte was Unheimliches. Es klingt nach Regen, sieht aber nicht danach aus. Der mitteleuropäische Junior-Product-Manager in seinem 3er BMW wähnt sich natürlich sofort in schrecklicher Gefahr.

Ist der Blackberry kaputt? Kommt das aus dem Navi? Hängt die CD? Oder gibt es gar Regen ohne Tropfen?

Ich erkannte aber schnell, dass es Sand war. Der da vom Himmel viel. Sand aus Afrika. Der nach langem beschwerlichen Weg nun hier nieder rieselte. Der Himmel war klar. Keine Wolken. Nur weit weit oben sah man den Jet Stream toben. Ein schönes Erlebnis.

Sahasand bei München. Und alle anderen haben heute sicher versucht, einen Termin in der Werkstatt zu bekommen. Und machen dem armen Werkstattleiter ständig dieses Geräusch vor. Das doch irgendwo her kommen muss. Das macht 128 € und weg ist das Geräusch. Lag an der Lüftung! Die lachen sich jetzt noch kaputt.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 13:11

Jubiläumsaktionen sind Blödsinn

Ich weiß nicht, wer damit mal Jubiläumsaktionen ist mehr als fragwürdig. Denn es ist dem Konsumenten völlig egal, wie "alt" ein Unternehmen ist. Und zudem machen sich die Unternehmen selbst Preisnachlässe. Was dem Unternehmen noch mehr schadet. Also, man schadet mit einer solchen Aktion ein Unternehmen an allen wesentlichen Parametern: Marke und Profit. Das Investment rechtfertigt mit dem Blick auf den Return of Investment nie eine solche Aktion. Die Zahlen werden immer geschönt.

Selbstbeweihräucherung. Das hat nichts mit schlauem Marketing zu tun. Sondern da wird nur teuer die selbstbefriedigt. Das Kapiatl könnte man sinnvoller nutzen. Denn diese Aktionen sind Bravo ist plötzlich ein alter Sack.

Also, Jubiläumsfeiern einfach lassen! Und was Sinnvolles tun.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:05

Was ich immer schon mal wissen wollte

Habt ihr auch alle beim Vorspann von Raumschiff Enterprise immer mit dem Finger auf die Stelle im Fernseher gezeigt, von wo aus das Raumschiff aus den Tiefen des Weltraums plötzlich auftauchte? Habt ihr auch immer, wenn ein Zug vorbei fuhr, die Waggon gezählt? Habt ihr auch immer am liebsten zuerst das Nutella aufgemacht? Habt ihr auch so gerne eure Fußabdrücke im Neuschnee hinterlassen? Habt ihr auch den Kakao nicht auf einmal in die Milche gegeben,

sondern auf dem Löffel immer wieder eingetaucht? Habt ihr auch bei der Prinzenrolle erst den Keks oben gegessen, dann die Schokolade und zum Schluss den unteren Keks? Habt ihr auch beim Essen eines Bounty erst die Schokolade drumherum gegessen? Habt ihr euch auch bis heute nicht die Melodie vom Tatort merken können? Habt ihr es bis heute auch nicht geschafft, auf dem Rücken liegend einzuschlafen, sondern nur in der Seitenlage mit einem Bein draußen (außerhalb der Decke)? Habt ihr beim Bonanza Schauen erst viel später bemerkt, dass Adam gar nicht mehr da ist? Habt ihr euch bis heute den Namen der Kröte von Catweazle merken können? Habt ihr auch so gerne Mohrenkopfbrötchen in der Schulpause gegessen? Habt ihr auch für den Sound Bierdeckel mit Wäschklammern an euer Hinterrad vom Fahrrad gemacht? Habt ihr auch als Kinder beim Autofahren ständig gekotzt? Habt ihr auch im Fußballverein (bis B-Jugend) immer das Gefühl gehabt, dass die Gegner vor dem Spiel einem total übermächtig waren? Habt ihr beim aktuellen Sportstudio auch immer bis zum Torwandschießen durchgehalten? Habt ihr auch zum Glück einen Vater gehabt, der euch um 4.00 Uhr nachts aus dem Bett holte, um Muhammad Ali boxen sehen zu können? Habt ihr Silvester auch immer "Dinner for one" gesehen? Habt ihr auch beim Zugfahren so gerne den Kopf aus dem Fenster gehalten? Habt ihr euch beim Schulbusfahren am liebsten in die letzte Reihe in die Mitte gesetzt? Habt ihr im Schulunterricht auch so ungerne vorne gesessen? Habt ihr auch so gerne Pfannekuchen mit Apfel drin gegessen? Habt ihr trotz aller heiligen Versprechen heimlich Fernsehen geschaut, wenn die Eltern weg waren? Habt ihr bei Lassie auch manchmal gedacht, wie oft brennt der Wald denn eigentlich noch? Habt ihr bei Daktari auch geglaubt, der Löwe würde schießen? Habt ihr euch gegenseitig alle auch immer gute Nacht gesagt bei der Schlusszene der Waltons? Habt ihr beim Wandern auch eurem Vater immer geglaubt, dass man hinter der nächsten Kurve endlich am Ziel ist? Habt ihr auch immer nicht genug vom warmen Pflaumenkuchen eurer Mutter bekommen können? Habt ihr auch so eine verdammt gute Zeit gehabt?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:03

Siemens BenQ: Der klägliche Versuch, nur nichts falsch zu machen

Mal ehrlich, kein Hahn kräht nach den Handys von Siemens und BenQ. Die waren von einer solchen Langeweile, wie ein grauer Teppich in einem Büro. Ich kann mich an kein einziges erinnern. Im Gegensatz zu Motorola und Nokia. In einem Markt der absoluten technischen Vergleichbarkeit Produkte zu entwickeln, die nicht mal sexy sind, das ist grob fahrlässig. Aber da haben alle jeden Tag nickend vor sich hin gemurmelt: Das haben wir doch immer so gemacht. Zeigt aber die Einstellung zu den Bereichen Marketing und Kommunikation. Da haben die Techniker und die Bedenkenräger das Wort. Da hat die Halbwissenschaft Marketing und Kommunikation nichts zu sagen. Diese bunten Hunde. Und dann wird alles noch in dieser riesigen Konzernmühle zermalmt. Somit ist es die gerechte Strafe für Manager, die nur eins im Sinn hatten: Nur nichts falsch zu machen. Und sich dabei so clever zu verhalten, dass sie beim Duschen nicht nass wurden. Mit der Einstellung würde Michael Schuhmacher noch heute an der Cartbahn seines Vater arbeiten, Steffi Graf wäre Friseur geworden und Steve Jobs würde Server reparieren.

Es ist die allerfalscheste und fatalste aller Businessseinstellungen. Nur nichts falsch machen. Denn sie macht mutlos. Sie macht gesichtslos. Sie produziert reine Langeweile. Und wer will das schon? Hätten die Jungs von Siemens jeden Tag nur einen Fehler gemacht, dann wäre es der profitabelste Unternehmensbereich und wäre nie verkauft worden.

Vorbei. Das schöne Geld ist futsch. Und die Arbeitsplätze auch. Aber etwas Gutes hat es, die langweiligen Produkte sind aus den Regalen und machen Platz für sexy Produkte. Es macht Platz für ein Unternehmen mit Mut, mit Fehlern, mit geilen Produkten. Und ist es nicht das, was wir wirklich wollen?

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

Mittwoch, 25. Oktober 2006

(Erinnerung) Chiemgau III

Die Kellner im Café Tomaselli lassen sich nicht gerne bei ihrer Arbeit stören. Touristen kommen aus dem Regen und schauen betröpelt, weil sie keinen freien Tisch entdecken. Ein Handy, obwohl verboten, klingelt in der Handtasche einer Dame. Ein älterer Herr setzt sich zu einem anderen älteren Herrn und sie kommen ins Gespräch. Eine Kellnerin geht herum und verkauft den Kuchen direkt vom Tablett. Eine Ehefrau weist ihren Ehemann an, den vorbeifliegenden Kellner einzufangen. Drei Amerikanerinnen, die alle das gleiche Sweatshirt mit Sternbanner tragen, versuchen die Toilette zu finden. Eine lesende Frau sitzt auf einer Bank in der Ecke und hat einen Vorrat an Zeitungen um sich drapiert, auf hölzerne Rahmen gespannt, und nippt ganz entspannt an ihrem Einspänner. Über die Treppe kommen Touristen herunter, die oben auch keinen Platz gefunden haben. Ein anderer Kellner balanciert Kaffeetassen und Wassergläser, auf deren Rändern kleine Kaffeelöffel liegen, und fordert unachtsame Touristen auf, doch den Weg frei zu machen. Eine andere Kellnerin bestückt ihr Tablett mit Kuchenstücken aus dem Buffet und wird von einem Kollegen angesprochen, der auf eine Gruppe teuer gekleideter Menschen zeigt. Von einem Vierertisch erheben sich die Gäste und überlassen die Stühle einem tropfnassen Touristen, der hektisch seiner Begleitung winkt. Ein Reiseführer sammelt seine Gruppe ein. Ein Japaner versucht mit Händen und Füßen zu zahlen.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:52

Ein weiteres Foto meiner weltberühmten Flugzeugaufnahmen

Aufgenommen letztes Wochenende. Konnte ich euch einfach nicht vorenthalten. Ein Prachtstück. Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 17:28

Geh(t) doch

Der Mensch neigt sehr zur Bequemlichkeit. Ich natürlich uneingeschränkt auch. Da freut es den einen oder anderen, wenn wenigstens die nächste Rolltreppe dieser Welt einem mal nicht direkt entgegen kommt, sondern falsch herum geht. Alle anderen ärgert es natürlich weit aus mehr. Verdammst, selber gehen. Ebenso verhält es sich mit Fahrstühlen und Rollbändern. Bequem sind sie ja schon, aber Bewegung wäre eigentlich und sicherlich besser. Zu viel Bequemlichkeit ist einfach nicht gut für uns. Sogar extrem schädlich, darf man wohl sagen. Denn die Lust zur Bewegung und Veränderung schwindet in dem Maß, in dem man es sich bequem macht. So auch in unserer Volkswirtschaft. Die sitzt in einem dicken, fetten, roten, tiefen, weichen, breiten, brutal bequemen Plüschsofa und kommt nicht mehr so richtig hoch. Und wovor die meisten schreckliche Angst haben, dass es genau sie sind, die sich eventuell bewegen müssten. Geistig wie körperlich. Und wenn es nur eine Rolltreppe hoch ist. Die warten lieber, bis sich die Richtung der Rolltreppe ändert.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 15:04

EiSkIG*: Gut, besser, der Beste...

"Bester Schneider der Stadt", prangt im Fenster des Ersten.
"Bester Schneider der Ostküste", prangt im Fenster des Zweiten.
"Bester Schneider der USA", prangt im Fenster des Dritten.
"Bester Schneider der Welt", prangt im Fenster des Vierten.
Und der Fünfte wirbt: "Bester Schneider der Straße."

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 13:54

Der riesen David

In Florenz, direkt neben den Uffizien, überstrahlt der David von Michelangelo die gesamte Szenerie. David ist der Saga nach bekanntlich eigentlich der Kleine. Goliath war der Riese. Aber Florenz, die einstige Hauptstadt der Kaufleute, wollte ein ganz besonderes Zeichen setzen. Vor allem gegenüber dem übergroßen und übermächtigen Rom. Deshalb erschuf Michelangelo den Größten unter den vermeintlich Kleinen. Der fehlende Größe durch andere, eigene, besondere Fähigkeiten kompensieren konnte. Und somit dem Goliath überlegen war. Eine Analogie, die auch Herr Wiedeking (Porsche Chef) in seinem Buch: Das David Prinzip, sich zu eigen macht. Mir gefällt diese Analogie natürlich sehr. Denn auch ich setze meine David Waffen ein. Und kopiere keine Goliath Waffen. Auch konzentriere ich mich ausschließlich auf meine David Stärken und Vorteile. Weil ich mich an denen von Goliath immer überheben würde. Und somit auf Dauer immer unterlegen wäre. Was ich nicht will.

Noch eine Bemerkung zum Schluss. Michelangelo Bildhauer? Genau. Auch hier gibt es eine interessante Geschichte. Denn Michelangelo war der einzige Bildhauer, der sich zutraute, aus einem gigantischem Marmorblock diesen David entstehen zu lassen. Das Beeindruckende dabei war, dass er sich von vorne nach hinten durch den Block gearbeitet hat. Für alle Nicht-Bildhauer unter euch: Das ist der totale Wahnsinn. Denn der Bildhauer an sich, bewegt sich um die Statue herum. Und bearbeitet den Block somit von allen Seiten rund herum und lässt so langsam die Konturen entstehen, die dann immer feiner ausgearbeitet werden. Bis zum gewünschten Ergebnis. Nicht so Michelangelo. Der hat eine perfekte 3D-Vorstellung in seinem Kopf. Und hat sich exakt von vorne nach hinten durch den Block gearbeitet. Was bedeutet, erst die Kniescheiben, dann die Handrücken, dann die Nase, dann..

Das ist neben der Geschichte um den riesen David noch eine Ergänzung, die viele meiner Sichtweisen zusätzlich unterstreicht Wer Außerordentliches erwartet, der muss auch Außerordentliches leisten. Ob als David oder als Goliath.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:03

Freidenker der sieben Gedankenmeere

Ist es nicht schön, dass wir alles von uns geben können, was wir wollen? Was für ein unheimliches Privileg, das uns da zuteil wird. Schätzen wir das überhaupt? Sind wir dessen würdig? Diese unendliche Weite von Freiheit überkommt viele so sehr (mich eingeschlossen), dass am Anfang nur Bedenkliches dabei raus kommen kann. Gehversuche an Bord eines Schiffs namens Blog. Was machen Gedanken in Freiheit? Die über 40 Jahre eingesperrt waren? Meine arme Frau musste sich oft meine ganzen wirren Gedanken anhören. Immer und immer wieder. Hoffentlich trägt sie keine Spätschäden davon. Freunde mussten es ertragen. Die wenigen, die geblieben sind. Bis hin zur Familie und meinen Kunden und Mitarbeitern. Und jetzt habe ich ein Ventil. Durch das ich alles raus lassen kann, was ich raus lassen will. Ich fühle mich wie ein Freidenker der sieben Gedankenmeere. Es ist ein mächtig gutes Gefühl. Ein erhabenes. Zugleich sehr wertvoll. Und nicht so ganz ungefährlich, so auf hoher Vokabelsee. Weil man da Wort führt, wie früher die Piraten das Schwert. Und die Verletzungen, die man zufügen kann, einem ebenso wiederfahren können. Deshalb heißt es auch sicher – ausfechten.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Wenn ich 3 Apple-Services frei hätte

Erster Wunsch:

Wenn etwas mit meinem Rechner/Laptop nicht stimmt, bekomme ich bei der Reparatur sofort ein Austauschgerät, damit ich ungebremst weiterarbeiten kann.

Zweiter Wunsch:

Mein Computer wird online gecoacht. Das heißt, ich werde über die Hardware- und Software-Entwicklung so informiert, dass ich rechtzeitig Updates und/oder Upgrades durchführen lassen kann. Damit die Performance immer optimal ist (Platz, Geschwindigkeit, Arbeitsspeicher, Festplatte usw.).

Dritter Wunsch:

Eine Reparatur wird umgehend entgegengenommen und dauert nie länger als 5 Arbeitstage.

Jetzt sind meine 3 Wünsche zwar schon vobei, aber so ein paar Anmerkungen hätte ich dann doch noch. Warum haben nicht alle eine Garantieverlängerung auf 3 Jahre wie Cancom? Warum gibt es keinen Apple Store, bei dem Ware vor Ort zu haben ist? Bei Gravis Fehlanzeige! Warum kann kaum noch einer einen Rechner reparieren und alles muss erst wochenlang eingeschickt werden? Warum ist das Display vom iPod Video so anfällig? Die gibt es doch auch in kratzfest, bei dem Preis könnte das doch möglich sein? Warum kostet eine andere Farbe bei den Apple Pro Books über 100 € mehr? Ist da ein versteckter Speicher drin? Warum das alles, wenn der Kunde doch eigentlich der König ist?

Ich gebe ja freiwillig zu, dass ich Apple verfallen bin. Aber es gibt Momente, da wird meine Liebe ganz schön auf die Probe gestellt. Finde ich. Und jetzt warte ich beharrlich, bis mein PowerBook G4 Titan ein neues Mainboard bekommen hat und der Arbeitsspeicher auf über 1 Gig aufgemotzt wurde. (Die Festplatte ist auch schon neu!) Und wir reden hier von einem 2 Jahre alten Powerbook.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Dienstag, 24. Oktober 2006

There is no place like home

Das ist unser Zuhause. Also, das der note und somit auch vom note-blog. München. Bavariaring. 15. Direkt neben der Theresienwiese. Seit 8 Jahren wirken und würgen wir nun hier. Mal mehr, mal weniger erfolglos. Aber jedesmal wenn ich die Holztreppe hinaufsteige zu unseren Geräumlichkeiten. Mit dem großen Schlüssel die hohe 105 Jahre alte Flügeltüre öffne. Und in unser kleines Reich eintrete. Die Ansammlung von MAC Displays meinen Blick streift. Die Kunst an den Wänden. Und der angenehme Duft eines Nichtraucherbüros meine Nase verwöhnt. Jedesmal überkommt mich dieses schöne warme Gefühl. Das mir sagt: Hier ist der Kreative in mir zu Hause. Ich bin angekommen. Ich bin so unheimlich froh, dass wir diesen Ort für uns gefunden haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 17:34

Mensch, Mensch, Mensch

Ein Bild der Melancholie. Es begab sich heute, dass ich mal wieder U-Bahn gefahren bin. Auf dem Ohr hatte ich Miles Davis, die Platte heißt 'Kind of Blue' und der Song war 'Blue in Green'. Mehr muss man zu einer U-Bahnfahrt nicht sagen. Außer vielleicht: Mensch, Mensch, Mensch.

Geschrieben von Christof Hintze um 17:24

Heute mal eine EXPO Realität 2006

Heute war ich auf der EXPO Real in München. Für die wenigen unter euch, die nicht wissen, was das ist, es ist egal. Das muss man nicht wissen. Ein wenig Kundenbesuche hier. Ein wenig Klinken Putzen da. Ein wenig Meet & Greet. Wie man so in neudeutsch wohl sagt. Es war nett. Sehr nett. Wenn mein Kunde nicht da gewesen wäre, wäre ich sicher auch nicht da gewesen. Deshalb bin ich auch nicht auf der Systems. Was soll ich da? Denn ich hasse Klinken Putzen. Im stillen habe ich mir gewünscht, einen eigenen Stand auf der Messe zu haben. Mit der Aufschrift: Hier gibt es nichts zu sehen, bitte gehen Sie weiter. Oder: Kugelschreiber gibt es bei der Nord LB, Fussbälle bei der Postbank, Tragetaschen bei Bilfinger Berger, Süßigkeiten bei Hannover Leasing und ... und. Bei uns gibts das alles nicht. Nur gute Ideen. Oder schön wäre auch: We are fully loaded. Aber das war nur so ein Traum. Etwas habe ich dann doch entdeckt. Im Innenraum, zwischen den Hallen, schien die Sonne. Und da standen dann, wie in einem surrealen Bild von Magritte, so 200 Männer gleichmäßig an den Wänden entlang verteilt in dunklen Anzügen immer von einander abgewandt mit einem Handy am Ohr. Irres Bild.

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 17:23

An der falschen Stelle suchen

Die Gesellschaft sucht auf dem Weg zu bahnbrechenden Lösungen immer an der falschen Stelle. Die Erwartung ist immer an die falschen Personen, Institutionen und Unternehmen gerichtet. Denn so gut wie fast alle weltbewegenden Entwicklungen entsprangen immer Köpfen, von denen man nichts erwartet hätte. Trotzdem beauftragen und wählen wir immer die, die es nachweislich noch nie konnten.

MP3 hat wer erfunden: Sony? Philips? Das Betriebssystem, das über 90% des Weltmarkts abdeckt, hat wer erfunden: IBM? Nixdorf? Der Flachbildschirm ging von Loewe oder Nordmende aus? Welcher Pharmakonzern hat das Penizilin entdeckt?

Wer was Neues will, wer was Besseres will, wer Veränderung will, der muss aufhören, das von denen zu erwarten, die es noch nie geschafft haben.

Erfahrung – was ist das wert? Erfahrung ist rückwärtsorientiertes Denken. Welchen Erfahrungsschatz hatten die Macher von Google, die von e-bay, die von Nordpol+, die von YouTube? Wie konnte ein Unternehmen wie Sony die Entwicklung von Flachbildschirmen, Computern, Handys und Digi-Cams verschlafen? Warum sind die bahnbrechenden Entwicklungsschritte in der digitalen Fotografie nicht von Minolta, Nikon, Hasselblad und Leica ausgegangen? Wie kann ein Fernsehhersteller wie Nokia das Non Plus Ultra im Handy-Markt werden? Wer war 1990 Motorola? Jamba?

Es gibt ein Verfallsdatum für Innovationskraft. Es gibt immer die Initiatoren, die dann aufsteigen, bewahren wollen, sich abgrenzen, bewahren müssen, die Entwicklung verpassen und untergehen. Es gibt Geschäftsführer internationalen Werbeagenturen, die nicht wissen, was ein Blog ist. Oder ein Forum. Es gibt Pressesprecherinnen von großen Automobilkonzernen, denen ergeht es ähnlich.

Das Ausruhen auf den Lorbeeren der Vergangenheit ist der Beginn des Alterungsprozesses. Die freien Radikalen, die das Altern der Zellen zu verantworten haben, heißen in Unternehmen: Arroganz, Überheblichkeit, Besserwisserei, Bewahren und Erfolg von gestern.

Nichts ist langweiliger als der Erfolg von gestern oder der mögliche Erfolg von morgen. Alles was zählt, ist der Erfolg von heute. Und wer in die beiden Gesichter der YouTube-Macher gesehen hat, der sieht, wovon ich spreche. Es suchen alle an der falschen Stelle und wundern sich, dass nichts voran geht.

Ein Fehler im System. Ein dicker Hund.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:05

Mein erstes Live-Konzert

Ich muss einschränken, dass ich zuvor schon einige Jazz- und Klassikkonzerte zusammen mit meinen Eltern und/oder Geschwistern erleben durfte. Aber mein erstes richtiges Live-Konzert war das Supertramp-Konzert, das zur Erscheinung der Platte

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Wertvoll 3: Ein Lokomotive namens Krokodil

In der Welt der Märklin-Liebhaber stockt jedem der Atem, wenn er von diesem Ungeheuer in grün hört. Gesehen haben es nur wenige in Wirklichkeit. Und ihr eigen nennen es noch viel, viel weniger. Auch hier gilt das Gesetz des Begehrens. Die eine ist sehr alt, sehr selten und schon immer der Wunschtraum eines jeden, der im Besitz einer Märklin-Eisenbahn ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Montag, 23. Oktober 2006

Das wird eine verdammt gute Woche

Also, begeben wir uns alle wieder auf die Jagd nach unseren Träumen und hoffen dass die Realitäten uns nicht so sehr davon abhalten. Ich wünsche uns allen eine echt coole Woche. Und dass wir bekommen, was wir verdient haben. Hier meine absolute Lieblingsjagdscene:

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 10:43

Cesta Punta oder Jai-Alai, aber weitestgehend unbekannt

Warum können Sportarten bestimmte Grenzen nicht überwinden, obwohl sie das Zeug dazu hätten?

Es ist das schnellste Spiel der Welt, das mit einem Ball gespielt wird. Über 300 km/h erreicht der Spielball. Es hat es nie bis nach Deutschland geschafft. Aber in Florida gibt es eine Profiliga. Da heißt es Jai-Alai. Bis heute verstehe ich das nicht. Denn kein Spiel hat mich je so in seinen Bann gezogen wie dieses. Wer es einmal live erlebt, der wird ihm immer hohen Respekt zollen. Es hat alle Eigenschaften, die ein moderner Sport braucht. Es gibt sogar einen Blog. Die man sich von einem modernen Sport wünscht. Mann gegen Mann. Oder Team gegen Team. Es ist gefährlich. Athletisch. Die Spieler müssen sehr geschickt sein. Es ist hart. Und hat Spielwitz. Seit langem ist es Volkssport in einem Land. Besser gesagt in der Region eines Landes. Das Format passt sogar perfekt ins Fernsehen. Und da, wo es gespielt wird, verwetten viele Haus und Hof auf den Ausgang. Das Merchendasing würde super funktionieren. Es hat alles, was ein Sport der obersten Güteklasse braucht. Aber so wie es aussieht bleibt es für immer zu Hause. Da wo es herkommt und hingehört. Vielleicht ist das auch besser so. Wer es einmal erleben will, der muss hier hin. Es lohnt sich.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 07:02

Wertvoll 2: Fehler, die sich auszahlen

Ist schon verrückt. Da macht jemand einen einfachen Fehler. Tja, der Druckteufel. Und genau dieser Fehler führt dazu, die wertvollste Briefmarke der Welt zu werden. Alle, die offensichtlich alles richtig gemacht haben, denen wird diese Ehre wohl nie zuteil. Es bedarf schon etwas ganz Besonderem, um sich aus der Masse der Ordnung und Richtigkeit herauszuheben. Wie in diesem Fall, ein Fehler.

Somit ist ein für alle Mal geklärt, dass Fehler einen weiter bringen, als das unbedingte Bestreben, alles richtig zu machen. Denn aus Fehlern lernt man bekanntlich am meisten.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Clear instructions

Klare Ansagen. Kurz. Deutlich. Unmissverständlich. Und vergewissern, dass die Botschaft, so klar wie Kloßbrühe, angekommen ist.

Über die Jahre habe ich mir das angewöhnt. Kein drum herum reden. Kein Vanilleeis bestellen, aber in Wirklichkeit Schokoladeneis wollen. Es ist nicht höflich, wenn man eine Botschaft verpackt. Sondern wenn man ihren Inhalt eben

nicht verhüllt. Die meisten Ansagen sind eigentlich völlig unverständlich. Somit muss man im Labyrinth der möglichen Interpretationen den richtigen Ausgang finden. Was meist misslingt. Wir denken und bewerten zu viel. Und wir interpretieren alles aus unserem Blickwinkel. Das ist brutal störend und behindernd für Klarheit.

Wenn eine Frau auf dem Sofa liegt und sagt: "Mir ist warm", dann bedeutet das: "Ich zieh gleich meinen Pullover aus." Oder: "Dreh doch bitte die Heizung runter." Oder: "Mach doch bitte das Fenster auf." Oder: "Ich würde jetzt mit die gerne..." Aber alles das bedeutet das in der Regel eben nicht. Sondern: "Ich habe Durst, hole mir mal was zu trinken."

Der Mensch neigt dazu, zu verklausulieren. Er verpackt Botschaften. Somit schauen wir alle verblüfft und ahnungslos auf die schöne Verpackung, haben aber keinen blassen Schimmer, wie die Botschaft dahinter zu entschlüsseln ist.

Im Business ist das eines der zentralen Probleme. Ständig werfen sich Menschen schlechte Kommunikation vor. Und versichern sich, in Zukunft besser miteinander zu kommunizieren. Das gelingt nicht. Weil der Mensch dazu neigt, sich nicht klarer auszudrücken, sondern nur die Verpackung zu ändern.

Aus: "Es ist warm hier" wird dann: "Das ist aber eine stickige Luft".

Problem erkannt, Gefahr gebannt, geht also nicht so leicht von den Lippen, wie man glaubt. Was meinen Berufsstand ein wenig adelt und wertvoller macht. Denn wir sind die Profis in Sachen - ganz klar. Na? Na! Natürlich nicht, wir sind ebenso mit diesem arglistigen Problem behaftet.

Deshalb mein Tipp: Anfangen klar zu denken. Und klar zu sagen, was Ambach ist. Und dann checken, ob das so angekommen ist und dann kontrollieren, ob die Botschaft auch so verarbeitet wird, wie sie soll. Dasselbe immer und immer wieder machen. Und bloß aufhören mit diesen Vorwürfen, wer wen nicht versteht. Selber klar werden, selber klar machen ist der bessere Weg zum eigentlichen Ziel.

"Schatz, ich habe Durst, würdest du mir bitte ein alkoholfreies Kaltgetränk aus dem Kühlschrank holen?" "Welches?" "Ist noch (Achtung Schleichwerbung- Piiiiip) da?" "Ja, mein Schatz, (Piiiiip) ist noch da." "Ja, dann hätte ich das gerne." "Okay, Schatz, kommt sofort. Aus dem Glas oder aus der Flasche?" "Aus dem Glas bitte." "Verstanden. Kommt."

Oder wie früher:

"Schatz, mir ist warm." "Dann mach doch das Fenster auf." "Nee, dann kommt es so kalt rein." "Aber dir ist doch warm. Dann zieh doch deinen Pullover aus." "Nein, so warm auch nun wieder nicht." "Ja, was ist denn - ist dir nun warm oder nicht?" "Ja schon, aber...Schatz?! "Du willst doch nicht etwa...(Zensur - Piiiiip)?" Nein, dann wäre ich ja heiß und mir wäre nicht nur warm." "Soll ich dir was zu trinken bringen." "Ja, das ist eine tolle Idee." "Ein Bier?" "Nee." "Ein Glas Wein?" "Nee." "Ja, was denn dann?" "Was erfrischendes." "Eine Limo?" "Ja, das wäre schön." "Okay, hier." "Wie? Nicht aus der Flasche." "Hol dir dein Glas doch selber." "Du bist gemein, das könntest du wirklich mal für mich...."

Alles klar! Meine ich doch!

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00

Samstag, 21. Oktober 2006

Kulinarischer Hochgenuss - Restaurant Fischer in Stegen am Ammersee

Eine absolute Bereicherung für alle die gutes Essen (Internationale-Küche), in ebenso gutem Umfeld lieben. Tolle Küche. Sehr aufmerksame Bedienung. Gute Weinkarte. Für alle, die mal raus wollen, es aber stylisch und wirklich lecker lieben. Direkt am Ammersee. Schöne Terrasse. Coole Einrichtung. Atemberaubende Sonnenuntergänge. Kann man auch mit Kindern problemlos hin.

Ich erwähne das nicht ganz uneigennützig. Denn ich befürchte, wenn sich das nicht schneller herumspricht, wie gut es dort ist, dann können die diese Qualität unmöglich sehr lange aufrecht erhalten. Also, macht euch einen schönen Abend und wenn es euch so gut gefällt wie mir, dann empfiehlt es weiter. Danke.

Es wäre sehr traurig wenn

Geschrieben von Christof Hintze in München um 16:02

Freitag, 20. Oktober 2006

(Erinnerung) Chiemgau II

Draußen wechseln sich Regen und Sonne ab. Manchmal passiert auch beides zugleich. Die Sonne scheint auf unseren Tisch, verschwindet wieder. Licht an, Licht aus. Leute kommen herein; fragen, ob man im Garten oder auf der Seeterrasse Kaffee trinken kann. Wir trinken kühlen Sekt. Wir lesen in unseren Büchern, schauen bunte Magazine an. Die Stunden plätscherten dahin. Seit Tagen versuche ich zu schreiben, heute ist endlich wieder so ein Tag. Nach dem Frühstück lassen wir den Ausflug nach Prien ins Wasser fallen. Stattdessen setzen wir uns in die Klosterstube; lassen in Seeon die Zeit vergehen. Ich lese, dass Mozart auch ein häufiger Gast im Kloster gewesen sein soll. In der Klosterkirche von Seeon, lese ich weiter, erklangen erstmals am 21. März 1767 zum Feste des Ordenspatrons St. Benedictus und dann am 24. Juni 1771 zum Feste St. Johannis des Täufers seine Offertorien Scande coeli limina und Internatos mulierum. Draußen geht mal wieder ein Schauer nieder. Vielleicht wird auch ein Gewitter draus.

Geschrieben von in Weite Welt um 18:22

Die Ladylike-Version ist da!

Gefunden hier – wo sonst. Danke Heiko. I love it.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 11:22

Herr Bernstein - Sie fehlen mir

Obwohl mir bewußt ist, dass der Friedhof voller Menschen ist die unersetzlich sind. Einige fehlen mir dann doch sehr. Er zum Beispiel. Leonard Bernstein. Von ihm ging diese tiefgreifende, positive Aura aus. Die ich in der Form nur bei ganz wenigen Menschen empfunden habe. Allein sein Antlitz zu sehen, vermittelt mir das Gefühl "Du schaffst das!" Warum weiß ich auch nicht. Es ist einfach so.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 09:54

Hello Mister Brown – The Mystery Blogger

Immer wieder würden uns zugewandte Gleichgesinnte gerne mitbloggen. Einige haben aber keinen blassen Schimmer, wie das geht. Oder andere wollen aus verständlichen Gründen nur unter einem Pseudonym ihre Beiträge veröffentlichen. Alles in allem ist das eine sehr gute Möglichkeit, sich mit Tippelschritten (unter Anleitung) davon zu überzeugen, ob das Bloggen für denjenigen was ist oder auch nicht. Deshalb haben wir Mr. Brown, den Mystery Blogger, ins Leben gerufen. Unter seinem Pseudonym kann im Prinzip jeder veröffentlichen, was er will und was uns gut gefällt.

Somit könntest der nächste Mr. Brown auch du sein. Und wenn es die positiven, sehr erfreulichen Umstände wünschen, dann würden wir auch sofort einer Mrs. Green einen Platz in unserem Blog einräumen. Das wäre auch sehr schön.

Also, blog doch mal. Wirst schon sehen, was du davon hast.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:32

Schlange stehen für ein Stück Plastik für 89 DM

Alles kommt, alles geht. Sometimes you're up and shot down in may. Im Laufe der Zeit habe ich viele Höhen und Tiefen miterleben dürfen. Stars. Moden. Designs. Famous for 15 Minutes. Gekommen ist viel. Ganz oben war einiges. Geblieben ist fast nichts. Wie oft dachte man: Das ist es! Und einige Zeit später nahm niemand mehr Notiz davon.

Eine Gesellschaft der "One-Hit-Wonder". Das ewig sich Erneuernde musste her. Langfristig ist langweilig. Diese Einstellung zieht sich durch alle gesellschaftlichen Bereiche. Der Wechsel als Chance zur Erneuerung. Obwohl das selten wirklich passiert. Aber "neu" steht für "besser". Deshalb muss heute alles immer schneller neu sein. Der Inhalt ist dabei zweitrangig. Neu war und ist wichtig.

Die Swatch verkörpert(e) wie kein anderes Konsumgut diese Einstellung. Ständig neu. Sich ständig selbst erneuernd. "Ist das die Neue?" war die zentrale Frage einer Zeit. An dessen Beantwortung wir noch einige Zeit zu knabbern haben.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:31

4. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Profit

Was man nicht sät, kann man nicht ernten.

Alles Düngen, alles Controlling hilft nicht, wenn man nicht genug dafür gesorgt hat, dass Profit überhaupt entstehen kann. Der Gedanke, mit möglichst wenig Saat viel Profit machen zu können, ist abwegig. Wer an der Saat spart, verliert an Profit. Wer an Kosten spart, die nicht die Saat beeinflussen, der kann seinen Profit noch erhöhen. Darum killen Betriebskosten und Personalkosten häufig den möglichen Profit.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:30

Donnerstag, 19. Oktober 2006

Geduld

Lieber Gott, bitte gib mir Geduld - aber sofort!

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 18:44

Ein Wort zu Power-Yoga

Das ist ja ein Widerspruch, der seinesgleichen sucht. Das klingt so unsinnig wie fettarme Blutwurst oder alkoholfreier Barolo. Auf der Suche nach der inneren Ruhe. Nach dem Gleichgewicht. Wie kann man das in Verbindung mit dem Aspekt "Power" bringen?

Natürlich gibt es jetzt eine Menge Schlauberger, die mir das sicher erklären wollen. Aber das will ich nicht. Sondern ich besteh darauf, das man Power und Yoga einfach nicht in einem Atemzug nennt.

Das wäre ja noch schöner. Dann gibt es bald sicher auch Blassbräunen, oder Fettnisstudios oder ...

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 18:26

Attacke aus dem Webspaced

Von wegen lautlos im Webspaced. Offensichtlich sind wir auffällig geworden. Denn die Trackback-Spamattacken haben begonnen. Heftigst. Sie ballern ihren Linkmüll aus allen Onlinerohren. Vor lauter Dreck-weg-Löschen kommt man zu fast nichts mehr. Dieser Parasitenbefall ist wirklich hässlich und ärgerlich.

Ich freue mich schon auf Web 3.0. Wenn es heißt: "Wer anderen webweit auf den Wecker geht, der wird aus dem selbigen gefegt."

Was sind das für Unternehmen und Typen, die sich wie eine Krankheit verbreiten wollen und müssen? Was haben die für einen Businesscase? Warum kann man die nicht abschütteln, los werden, zur Rechenschaft ziehen. Wir sind ganz am Anfang, merkt man dann. Die Entwicklung des Internets hat eben gerade erst begonnen.

Aber ich bzw. wir halten das aus und durch.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 14:01

Größe ist relativ, Leidenschaft – wie man sieht – nicht

Das wussten wir ja eigentlich alle schon. Dass Größe eigentlich eher hinderlich für Qualität ist. Was soll aus einer Kantine für 30.000 Mitarbeiter schon raus kommen? Was anderes als aus einer Küche für 50 Gäste? Sicher! Umso größer Dinge werden, umso schwerer ist Qualität zu verwirklichen.

Wie soll das auch gehen? Aber diese Art von Größe hat andere Qualitäten. Die liegen jedoch nicht in den Bereichen von Qualität, die mich interessieren. Deshalb ist mir diese Reihe von Plakaten aufgefallen. Es geht um Rugby in Frankreich. Genauer in Südfrankreich. Noch genauer im Baskenland. Ganz genau in Biaritz.

Da gibt es ein Derby, das vielen von uns verborgen bliebe, wenn es dieses Blog nicht gäbe. Was Düsseldorf-gegen-Köln im deutschen Eishockey ist, ist dieses Derby im französischen Rugby. Es gehen Biaritz und Bayonne aufeinander los. Und das Sensationelle an diesen Begegnungen aus meiner Sicht sind die Plakate. Konstant. Konsequenz. Und kreativ. Vorbildlich. Kann man nur hoffen, dass die Derbys auf dem selben Niveau die Zuschauer in ihren Bann gezogen haben, wie mich die Plakate. Ob da eine der Top-10-Agenturen der Welt ihre Finger im Spiel hatte? Wohl kaum.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:03

Schwätzen funktioniert. Bis zu einem bestimmten Grad. Leider und zum Glück.

Im Abitur. Lang ist es her. Wir schreiben das Jahr 1985. Und der letzte Logbucheintrag lautet: Deutsch mündlich gut davon gekommen. Aber meine Erinnerung reißt mich immer noch mindestens einmal im Jahr aus einem Albtraum. Der immer gleich verläuft. Aus unerfindlichen Gründen habe ich das Abitur doch nicht und muss es wiederholen. Wahnsinn. Es ist ein Albtraum, der mich seit über 20 Jahren einmal im Jahr besucht. Grausam. Denn ich wache und wache einfach nicht auf. Und sitze als Anfang-40er wieder in der Schule. Und das Schlimmste: ich schaffe es nicht. Und im Traum vergehen Jahre. In denen ich mich in einer Abiturprüfung nach der anderen blamiere. Dabei gibt es nichts, wofür ich mein verdammtes Abitur heute noch gebrauchen könnte. Aber typisch deutsch, in meinem Traum muss alles seine Ordnung haben. Brutal. Furchtbar.

Der Grund. Der Grund dafür ist einfach erzählt. Ich bin in meine mündliche Deutschprüfung gegangen, ohne das Buch gelesen zu haben, um das es ging. Ich habe mir einen Abend zuvor die Zusammenfassung aus dem Schindler-Literatur-Lexikon durchgelesen. Und die gesamte Prüfung was von der Ring-Parabel gelabert. Dann haben die mich noch in die Expressionistischen Gedichte von Gottfried Benn geschickt. Ich habe eine unglaubliche Brücke geschlagen von "Nathan der Weise" zu Bananen, die in der Ecke kauern, dass den Prüfern für den Rest des Tages der Mund offen stand. Ergebnis: 2+. Abi im Sack.

Aber die grobe Fahrlässigkeit, mit der ich an das Unternehmen Abitur gegangen bin, lässt mich bis heute nicht los. Und hat mich bis heute gelehrt, Fahrlässigkeit mal besser immer außen vor zu lassen. Deshalb schlafe ich von 365 Nächten bis auf diese eine auch sehr gut.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:01

Wertvoll 1: Die Ga-Ga-Ga-lieer

Wirklich wertvoll wird nur das, was ein bestimmtes Niveau an Qualität überschreitet. Dann sind nach oben keine Grenzen gesetzt. Was dieser erstrebenswerten Entwicklung auch sehr dienlich ist, ist, dass es selten ist. Nichts steigert den Wert einer Sache mehr als die Begehrlichkeit.

In den meisten Fällen, in denen das geschieht, hat diese Entwicklung keiner geplant. Somit ist alles Unerschwingliche eigentlich aus Zufall entstanden. Auch die Macher von Asterix und Obelix hatten keinen blassen Schimmer davon, was viele Jahre später jemand bereit ist, für die Erstausgabe hinzublättern.

Ich hatte dieses Heft. Es lungerte Jahre auf der Kindertoilette in Stierstadt bei Oberursel bei Bad Homburg bei Frankfurt

herum. Bis es zu zerblättert war. Bis es meine Mutter entsorgt hat. Bemerkt hat das damals niemand. Somit hatte ich mal einen Schatz. Und konnte es nicht wissen.

So ist das mit Dingen, die man zu Lebzeiten unterschätzt. Alles kann unermesslich wertvoll werden. Schon verrückt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Mittwoch, 18. Oktober 2006

(Erinnerung) Chiemgau I

Ein kleiner runder Tisch. Sieben Stühle drumherum. Ein Apfelbaum, der seine Äste weit ausladend über jeden hält, der sich zu ihm setzt. Wind kommt auf. In der Ferne, über dem See, beginnt es zu donnern. Die Berge verschwinden im Grau, werden eins mit dem Himmel. Wespen schwirren um unser Bier. Die Sturmwarnlampen am Ufer des Sees blinken schneller. Ein letztes Segelboot hat es eilig, den Hafen zu erreichen. Die Luft wird kühler. Autos, die über die Seeuferstraße kommen, fahren mit Licht. Noch kein Regen. Stare haben sich in einen benachbarten Birnbaum niedergelassen. Aus dem Stall hört man die Kühe nervös mit den Ketten rasseln. Ein Surfer hat sich noch mal auf den See getraut. Wahrscheinlich ein Einheimischer oder ein Verrückter. Vom Chiemsee weiß man, daß er bei Sturm zu fürchten ist. Die ersten Tropfen fallen. Noch schützt das Blätterdach des Apfelbaums. Eine schwarze Katze schleicht durch die Wiese. Ein Kahn mit einem Menschen drauf ist auf dem See zu sehen. Vielleicht ein Fischer. Es gibt viele Fischer am See. Sie heißen Lex oder Wörndl oder Moser und beliefern die Gasthöfe und Wirtschaften der Umgebung. Mücken tanzen vor unseren Augen. Dahinter ist ganz allmähig wieder die Bergkette der Chiemgauer Alpen zu erkennen. Der Himmel zeigt fleckenweise Blau. Wir haben unseren Platz unter dem Apfelbaum nicht verlassen müssen. Die Kinder kommen wieder heraus zum Spielen. Die Katze kommt zurück von ihrem Jagdausflug.

Geschrieben von in Weite Welt um 20:39

Mo better blues

Einer meiner Lieblingsfilme. Spike Lee. Musik von

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 14:13

Es geht wieder los

Heute um 08.30 Uhr am Wörthsee. 6 Grad, Nebel und leichter Regen.

Ich hatte es fast vergessen. Die WM, der Sommer hat mir mal wieder völlig meine Erinnerung geraubt. Aber heute morgen ist es mir dann wieder eingefallen. Es war arschkalt in der Wohnung. Trotzdem die Heizung schon lief. Und es war noch stockdunkel draußen. Ein leichter Schnupfen hat mich wieder. Und draußen waren es erbarmungslose 5 Grad. Mein Auto war beschlagen und leichter Nieselregen ging auf mich nieder. Der Nebel hing dick über dieser Szene und es war grau und kalt. Grau und kalt. Genau, das blüht uns jetzt, wenn es gut läuft, nur 4 Monate hintereinander und, wenn es nicht so gut läuft, 5 Monate.

Warum? Warum leben wir in einer Region, die so ein bescheidenes Wetter hat? In München überrascht uns wenigstens ja mal der Föhn. Und wenn es schneit, dann wenigstens richtig. Aber Düsseldorf und Köln. Hannover und Bielefeld. Mannheim und Kaiserslautern. Graue, kalte Mäuse wohin mal sieht, 5 - 6 Monate lang. Das ist der Wahnsinn und zugleich die logische Erläuterung, warum es Deutschland wirtschaftlich dann doch immer wieder schafft, den Anschluss zu finden oder alle abzuhängen.

Bei dem Wetter, mal ehrlich. Da kann man nur arbeiten. Alles andere würde einen ja noch tiefer runter ziehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 11:53

L.O.V.E.

Mustang Sally.

Ich gebe ja gerne zu, dass meine Art, bestimmte Dinge zu lieben, offensichtlich nicht mehr zeitgemäß ist. Die OPEC schickt mir eine SMS, wenn ich den Motor anlasse. Welcher Irre träumt heute noch von V8-Motoren? Mit über 400 PS? Die mehr als 20 Liter Super Bleifrei schlucken? Ich! Welcher völlig Bescheuerte nimmt in Kauf, jeden Morgen erst die Jungs von Greenpeace, die sich ans Auto gekettet haben, abzuschütteln? Ich! Alle halten dich für total bescheuert, wenn du so ein Auto fährst. Was in meinem Fall keinen Unterschied zu vorher macht. Das denken die meisten ohnehin. Wer wird noch so beknackt sein, in Zeiten wie diesen eine solche Verschwendung von fossilen Brennstoffen zu akzeptieren? Ich! Wie erkläre ich das meinem Bewusstsein? Meiner Frau? Meinen Kindern? Meiner Umwelt? Gar nicht! Ich berufe mich darauf, einfach einen brutalen Minderwertigkeitskomplex zu haben, den ich dadurch ganz gut in den Griff bekomme. Kompensation ist dann mein Stichwort. Das klingt so, als ob ich auf Krankenschein ein solches Gerät einfach fahren muss.

Hat jemand von euch bei einem solchen Auto schon bei einer Ampel, die auf Grün springt, das rechte Bein so durchgestreckt, wie es eigentlich nur mein Beim macht? Nein! Ihr könnt, dürft und solltet nicht mitreden, wenn andere euch in ihren Träumen spazieren gehen lassen. Sondern einfach nur den Kopf schütteln. Das reicht. Kennt ihr Menschen, die, wenn sie in einen Tunnel fahren, das Fenster runterkurbeln? Die Musik leise machen? Und Beifahrer bitten, die Klappe zu halten? Damit sie den Motor besser röhren hören können? Hoffentlich kennt ihr solche Menschen nicht. Eventuell sollte man allen Männern mit einem ausgeprägten Minderwertigkeitskomplex ein solches Auto geben. Das ist allemal besser, bevor sie größeren Schaden anrichten.

Kennt ihr den Geruch von dem Leder? Das Gefühl, wenn man den Rückwärtsgang einlegt? Das Geräusch, wenn die Tür ins Schloss fällt. Am schönsten ist das Gefühl in Parkhäusern, wenn man sich auf diesem glatten Beton die Stockwerke hochschraubt. In diesem Moment ist man mit Steve MacQueen eins. Dann versteht man seine eigene Welt.

"Birth of the cool" von Miles Davis spielt über dieser Szene. Gibt es etwas Schöneres als unvernünftig zu sein?

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:05

Eine Unart

Wenn man in Deutschland an Flughäfen ankommt, braucht man 1 EURO, um an so einen Gepäckwagen zu kommen, den man nur sehr schwer wieder los wird. Für Ausländer, die ohne Euros ankommen und beim Wechseln auch nur eine Hand voll Scheine bekommen, muss das ein Alptraum sein. Die müssen wohl oder übel schleppen.

Im Supermarkt dasselbe Bild. Wehe, du hast keinen 1 EURO dabei. Und musst wechseln. Da gibt es diese Klugscheißer, die an ihrem Schlüsselbund so einen Plastikchip haben, welcher den EURO ersetzt.

Dasselbe Bild in Biergärten. Da hängen diese Kaugummi- und Nögips-Automaten. So dass deine Kinder ständig 10 Cent, 20 Cent bis zu 1 EURO haben wollen, um ungesunden Blödsinn ihr Eigen nennen zu dürfen.

Oben auf der Zugspitze will man seinen Blick per Fernglas übers Panorama schweifen lassen. Ohne 1 EURO sieht man nur ein schwarzes Loch. Obwohl die Auffahrt pro Person mit 42 EURO nicht knapp bemessen scheint.

An Tankstellen dasselbe Bild. Man muss mal, aber ohne 50 Cent darf man sich nicht ins Porzellan entledigen.

Da war es fast erschreckend wohltuend, dass auf einem Ausflugsdampfer ein Fernglas thronte, das ohne 1 EURO sogar funktionierte. Was man von den Massen an 1 EURO-Gerätschaften mit Verlaub nicht immer behaupten kann.

Ich finde, die Konsumentenzitrone ist genug ausgepresst, es stünde vielen sehr gut zu Gesicht, auf alle 1 EURO-Abzockekonzepte gänzlich zu verzichten. Irgendwann muss doch mal Schluss sein.

Obwohl, Einzelblatt-Ausgabe bei Toiletten wäre auch noch so eine Idee. Rolltreppengeld. Und Fahrstuhlged. 5 Etagen für 50 Cent. Mir würde da noch viel Unsinn einfallen, den andere sicher sofort in die Tat umsetzen würden.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:03

3. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Klarheit

Durch die Zahlen eines Unternehmens muss man schauen können wie auf den Grund eines Gebirgsbaches.

Niemals anfangen, Zahlen zu interpretieren und zu erklären. Sondern Zahlen immer so aufbereiten und darstellen, dass diese einen bestmöglichen und zeitnahen, objektiven, verständlichen und nachvollziehbaren Überblick über alle geschäftlichen Tätigkeiten aufzeigen. Zahlen lügen nicht. Es ist der falsche Umgang mit Zahlen, der alles immer anders darstellt, als man es selbst oft gemeint hat.

Klingt einfach. Ist es auch. Machen aber nur wenige.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 07:02

Dienstag, 17. Oktober 2006

zeichen 24

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 07:05

Einführung in die Welt der Statussymbole: Die Doppelgarage

Wer was auf sich hält, der hat natürlich mindestens eine Doppelgarage. Darunter geht es nun gar nicht. Die gibt es natürlich bis zum XXL-Format. Der Überflieger besitzt gegenüberliegende Doppel-Doppel-Garagen. Die sich automatisch öffnen und schließen lassen. Ganz geil ist ein Sender mit einer Reichweite von 300 Metern. Das bedeutet, wenn man in die Straße einbiegt, öffnet sich am Ende schon das Tor, ohne dass man selbst bemerkt wurde. Wer so was sein eigen nennt, der ist in Sachen Statussymbole sehr weit vorne. Wer noch immer nur eine Garage hat und nicht mal sein Auto da rein bekommt, weil diese völlig zugestellt ist, der hat in der Welt der Statussymbole nichts verloren. Und zugleich völlig verloren. Denn der Profi unter den Statussymbolen hat natürlich auf der Rückseite seinen geräumigen Fahrradraum.

Der eine hat's, der andere nicht. Vor allem nicht alle an der Waffel.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Das Rauschen am Maisfeld

Wenn der Wind geht, das Wetter mitspielt und man an einem reifen Maisfeld vorbei kommt, dann kann man ein seltenes Konzert vernehmen. Das es so nur einmal gibt. Denn der Mais mit seinen Blättern und so eng beieinander stehend gibt dem aufmerksamen Zuhörer ein Gratskonzert. The Concert in the Mais. Tribute to the Cornflakes. Man muss nur innehalten können. Und mal nicht gleich wo ankommen müssen. Sehr schön. Auch ganz ohne Noten. Ohne Anzug tragen. Ohne 2. Parkett, 1. Reihe, Sitz 23. Auch sehr angenehm, man kann mitten im Konzert einfach weiter seines Weges schreiten.

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 07:01

Kleine Idee für die Gemeinsamkeit

Im Zuge eines Agenturfestes vor einigen Jahren kam ich auf die Idee, in unseren Markenfarben der note, dunkel- und hellblau, dieses Bild durch alle Mitarbeiter/- innen entstehen zu lassen. Die Herrn-Mitarbeiter hinterließen dunkelblaue Hände und die Frauen-Mitarbeiter hellblaue. Dieses Bild ist nun, wie schon erwähnt, einige Jahre alt. Aber es hat bis heute seine Wirkung noch nicht verfehlt. Noch immer schauen alle gerne darauf, die verewigt sind. Und die anderen neidisch, weil sie damals noch nicht dabei waren. Deshalb dachte ich mir, dass die Idee da draußen dem einen oder anderen gefallen könnte. Denn sie ist schon mal gemacht und hat funktioniert. Das kann man von vielen anderen, vor allem neuen Ideen nicht behaupten. Und da erfinden bekanntlich Silber in der Werbung ist und kupfern Gold, habe ich damit kein Problem, wenn es seine Nachahmung findet. Denn zum Glück wird ja nur Gutes kopiert.

Geschrieben von Christof Hintze in Hausbesuch um 07:00

Montag, 16. Oktober 2006

In eigener Sache

Sich über Wichtiges oder Unwichtiges aufzuregen ist grundsätzlich der falsche Weg. Die Aufregung vernebelt die Sinne, das Denken und auch das Handeln. Ohne den zu hohen Aufregungsspiegel würde man viele vermeintliche Fehler nicht machen. Zum Beispiel das Hochwiegeln. Der Berufsstand der Anwälte lebt davon, dass Menschen sich gegenseitig hochwiegeln. Hätte man sich an genau der Stelle gut im Griff, hätten wir 300.000 arbeitslose Anwälte mehr. Aber auch in allen anderen Bereichen ist die Aufregung unangebracht und führt zu komplett falschen Zielen. Zu denen man selbst nicht wollte, aber auf die man wie auf Eisenbahnschienen selbst gebracht wird.

Bei der Bundeswehr darf man am Tag eines Verstoßes keine Beschwerde einreichen. Erst einen Tag später. Egal, wie groß oder wie klein. Man muss eine Nacht darüber schlafen. Und erst dann ist eine Beschwerde eine ordnungsgemäße Beschwerde. Die in schriftlicher Form einzugehen hat. Ich selbst habe nicht dienen dürfen - T5. Das heißt untauglich und ausgemustert. Ich war aber zur Entschädigung dafür 1 1/2 Jahre Surflehrer in Südfrankreich. Lang ist es her. Aber alle meine freundschaftlichen Kameraden haben gedient. Daher weiß ich das.

Eigentlich schlau. Sehr schlau. Denn 99% aller Aufreger legen sich innerhalb von 12 Stunden so fundamental, dass man oft darüber hinweg sieht. Sich die Hand reicht. Oder es nicht mehr als wesentlich empfindet.

In unserem Leben ist der Hörer zu schnell zur Hand. Die Mail zu schnell raus. Somit schaffen wir ständig Nebenschauplätze, die wirklich keiner braucht. Aber da wir meist beratungsresistent sind, kommen wir genau an dieser Stelle nicht weiter. Freundschaften, Ehen, Bekanntschaften, Kundenbeziehungen und Lieferantenbeziehungen, Arbeitsverhältnisse und alle anderen Arten von Verhältnissen und Beziehungen scheitern, weil ein Wort das andere ergeben hat. Und man sich von dem Pfad des Aufregens in ungeahnte dumme Höhen aufschwingt. Von denen es dann an einem Punkt kein Zurück mehr zu geben scheint.

Schluss. Aus. Das war's. Um nur ein paar Tage später auf die Frage "Was ist denn passiert?" festzustellen: "Ach, so schlimm war es eigentlich nicht." Aus, vorbei. Warum? Weil der Respekt so arg verletzt wurde, dass eine Heilung erst einmal nicht in Sicht scheint. Obwohl man Respekt ebenso zurückgewinnen kann, wie alles andere. Wir Deutschen wissen das sehr genau. Es ist nie vorbei, bis es vorbei ist.

Man bemüht sich nur nicht darum. Und schon wieder beginnt man an einer ganz bestimmten Stelle ganz von vorne. Wie beim Mensch-ärgere-Dich-nicht-Spielen. Man wird rausgeworfen und muss nun wieder von vorne anfangen. Aber so einfach ist das nicht. Bis man nämlich wieder im Spiel ist, bedarf es der geeigneten Augenzahl. Oder im wirklichen Leben eines geeigneten Partners.

Gott, sind wir blöd. Kann die Gen-Forschung da nichts machen? Einfach das Aufregen mal auf ein angenehmes Maß zurück fahren. So dass wir über alles Unwichtige locker hinweg sehen. Und beim Wichtigem mit der angemessenen Erregung an die Lösung gehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 07:03

In der Erinnerung

In der Erinnerung stellen sich Dinge gänzlich anders dar, als sie in Wirklichkeit der Fall waren. Es ist mir aufgefallen, dass ich im Radio ein Lied höre und dieses mir spontan sehr gefällt. Nach dem der Ansager den Künstler entsprechend präsentiert hat, muss ich mir sofort den Namen merken. Kaum bin ich zu Hause angekommen, besorge ich mir auf so gut wie legalem Weg den Song. Aber irgendwie ist er anders. Klingt er anders. Das gute Gefühl von der Autofahrt stellt sich nicht gleichermaßen ein. Mit Wein aus dem Urlaub ist es auch so. Da trinkt man einen tollen Wein in Italien, was einen dazu verleitet, gleich drei Kisten davon mitzunehmen. Kaum zu Hause gelandet, wird in freudiger Erwartung der Wein verkostet. Und siehe da, er schmeckt anders. Als ob es ein anderer Wein wäre. Und so geht es weiter. Empfindungen jeglicher Art sind umhüllt von der Umwelt, in der man diese wahrgenommen hat. Verändert man den

Standort, also die Umwelt, ist die Empfindung eine völlig andere.

Wie kann das sein? Wenn wir doch immer so bemüht sind, objektiv zu sein. Wie kann unsere Empfindung uns so täuschen? Und was bedeutet das für unser Leben und Arbeiten? Für die Welt der Kommunikation habe ich daraus abgeleitet, dass die Umwelt, in der eine Botschaft wahrgenommen wird, fast noch wichtiger ist, als die Botschaft und der Nutzen selbst. Wir interpretieren positive Aspekte in einem wohlgesonnenen, positiven Umfeld den eigentlichen Produkteigenschaften hinzu. Wir verbessern die Realität durch die vielen positiven Einflüsse, die mit der eigentlichen Botschaft nicht zu tun haben.

Das gleiche geht auch anders herum. In einem negativen Umfeld werden die Empfindungen in den Keller gezogen. Sogar eine absolut positive Eigenschaft kommt schlecht dabei weg. Obwohl diese objektiv gesehen sehr positiv war. Ein verregener Sommer bleibt negativ in Erinnerung, obwohl man darin viel Spaß gehabt haben kann.

Ein Restaurantbesuch vom Feinsten wird dadurch in Mitleidenschaft gezogen, dass man ungünstig saß und die ganze Zeit Zug abbekommen hat.

Somit verstärken wir die Realität in zwei Richtungen und das Produkt, die Dienstleistung, kann sich dem nicht entziehen. Das gilt es beim Erstellen von Kommunikationsstrategien zu berücksichtigen. Sonst war die ganze Mühe umsonst. Und eine gute Konzeption schneidet schlecht ab, nur weil das Umfeld nicht mitgespielt hat.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:01

Heimlich gebloggt

Meine Eltern haben heimlich Negermusik gehört. Heute ist das hoffähig und nennt sich Jazz. Es ist sogar zum Teil zu einer elitären Hochkultur aufgestiegen. Wenn man in größerer Runde bemerkt, dass man ausschließlich Jazz hört, dann ist einem die Aufmerksamkeit gewiss. Wer hätte je gedacht, dass die Negermusik es so weit bringen würde.

Meine Brüder haben diese viel zu laute Musik gehört. Rock. Meine Eltern fanden das furchtbar. Diesem Lärm den Anspruch der Musik zu entlocken, haben sie bis heute nicht hinbekommen. Sie hörten ja Jazz. Somit mussten meine Brüder heimlich Rock hören.

Jede Entwicklung beginnt mit heimlich Tun. Scheint mir. Und wenn ich sehe, wie oft ich heimlich blogge. Dann bin ich mal gespannt oder erwartungsfroh, dass in einigen Jahren es mein Bloggen zu dem geschafft hat, was der Jazz und die Rockmusik zur kulturellen Entwicklung beigetragen haben.

Auch den Taschenrechner habe ich am Anfang noch heimlich benutzt. Viele Filme, über die wir uns heute tot lachen, mussten wir heimlich sehen und auch im Gebiet unserer sexuellen Entwicklung muss ich eingestehen, dass Heimlichtuerei mich lange begleitet hat.

Deshalb, wenn Sie sich fragen: "Wie bloggt der?", dann muss ich antworten: Meistens heimlich! Denn die Zeit muss ich mir stehlen. Aber das wird schon bald anders sein.

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:00

zeichen 23

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 00:09

zeichen 22

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 00:06

zeichen 21

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 00:04

zeichen 20

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 00:02

Sonntag, 15. Oktober 2006

zeichen 19

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:59

zeichen 18

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:56

zeichen 17

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:52

zeichen 16

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:49

zeichen 15

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:45

zeichen 14

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 23:43

zeichen 13

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 16:02

zeichen 12

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 15:59

Samstag, 14. Oktober 2006

Spielzeug

Gibt es ein erhabeneres Spielzeug in Männerhänden als eine Motorsäge? Wohl kaum. Das durfte ich heute mal wieder am eigenen Leib erleben. Für dieses intensive Gefühl gibt es zu wenige Bäume in unserer Welt. Glaubt mir. Fast nichts ist mächtiger, als das zerlegen von Bäumen und Hölzern mit einer Motorsäge.

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 22:09

bitte_nicht_antworten@euro.apple.com

Meine absolute Lieblingsmail. Die halten einen ständig auf dem laufenden, was Sache mit der Bestellung ist. Und man muss nichts tun. Nichts. Und die Vorfreude steigert sich ins Unermeßliche.

Die tun mir nur leid, bei den ganzen automatischen Mail-Antworten "Bin nicht im Office..." Aber trotzdem, dass tut meiner Vorfreude, auf das was da kommt, keinen abbruch. Keinen.

Okay, okay für Timo und alle Anderen ein kleiner Hinweis: 23

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 21:14

deutschland. ein sommermaerchen 82: jans zimmer, leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 12:03

deutschland. ein sommermaerchen 82: globus, leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:59

deutschland. ein sommermaerchen 80: lampe, leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:54

deutschland. ein sommermaerchen 80: jans kueche, leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:44

deutschland. ein sommermaerchen 79: leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:41

deutschland. ein sommermaerchen 78: leipzig

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:35

Freitag, 13. Oktober 2006

Das Spiel. La partie. Der Prolog.

Prolog:

Das Gleiche ist nicht Dasselbe. Das ist man sicher. Eine deutsche Biographie über die Kollektivschuld? Nein! Eher über die kollektive Unschuld? Das muss jeder selbst entscheiden. Man wird sehen. Eine Erzählung, die nicht bedrückend und anklagend sein will, sondern erfreulich offen, erfrischend und unterhaltsam sein möchte. Die aus dem Inneren erzählt, was draussen vor sich geht. Die den langsamen Weg der schüchternen Annäherung erzählen möchte. Die seltsame Auseinandersetzung mit der Schuld die zugleich auch eine Unschuld ist. Und welche Blüten diese so treibt. Die Schuld und/oder Unschuld. Die Unwissenheit über die Schuldfragen. Die Naivität im Umgang mit der Unschuld. So eine Art Romeo und Julia auf Länderebene. Eine francophile Familie in Deutschland. Eine francophile Familie in Frankreich. Der Ernst des Lebens, die beiden Seiten, sehr einseitig betrachtet. Ein Rückblick in die Begegnung zweier Kulturen, zweier Nachbarn, zweier Erzfeinde, zweier Geschichten die nicht enden wollen und immer weiter fortgeschrieben werden. Ein Rückblick, der zugleich einen Einblick über den Status gewährt und einen Ausblick zulässt. Zwei die sich am Ende lieben müssen. Sicherlich auch werden. Wenn genügend Gras über die Sache gewachsen ist. Wie die eigene Lebensgeschichte beweist. Damit es ein europäisches Happy-End auf der ganzen Linie gibt. Sonst wäre alles umsonst gewesen. Helmut und Giscard. Helmut 2 und Francois. Die EU. Der G7 Gipfel. Völler in Frankreich. Alles wäre umsonst gewesen. Aus der einfachen Sicht des Spiels, dass nicht nur ein Spiel sein kann. Aus der einfachen Sicht eines Lebens. Aus der einfachen Sicht der Gegensätze, Beobachtungen und der daraus resultierenden Biographie. Deutschland : Frankreich. Und warum Gegensätze sich doch vielleicht anziehen. Warum Anziehendes sich so abstoßen kann. Deutschland will und braucht so dringend deine uneingeschränkte Liebe - Frankreich. So sehr. Stoß uns nicht zurück. Bitte zier dich nicht so. Stell dich nicht so an. Vergebe uns. Liebe uns. Denn wir wollen dich so gerne lieben. Denn, wenn Du uns lieben kannst, dann sind wir endlich befreit. Befreit von einer Schuld, die uns nicht loslässt. Denn wenn Du uns liebst, dann ist unsere Unschuld besiegelt. Nach nichts mehr sehnen wir uns. Also, das Spiel kann beginnen.

Geschrieben von Christof Hintze in Das Spiel um 20:35

Stimmt!

Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.

Albert Einstein

Danke! Heute beim herumbloggen hier entdeckt. (Nicht wundern, da ist ein dynamischer Sprüche-Generator, deshalb steht da immer was anderes. Als ich auf jeden Fall da war, stand das da. Das da oben. Wirklich!)

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 14:38

deutschland. ein sommermaerchen 77: bei leipzig, sachsen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 14:02

Pommes-win-win

Im besten Laden (Cappuccino) auf Mallorca ist es endlich passiert. Endlich. Nach so viele Jahren. Die Pommes haben es geschafft. Gesellschaftsfähig sind sie. Wenige Meter entfernt von den teuersten Yachten der Welt konnten sie jetzt ihr ranziges Schnitzkartoffelimage ablegen. Sie sind aufgestiegen. Einfach so. Was ist passiert?

Vermutlich ist es gelaufen wie immer. Wie beim Schnitzen indischer Elfenbeinelefanten wurde bei jeder Kartoffel einfach

alles weggelassen, was nicht Pommes war. Anschließend hat man sie vermutlich ins heiße Rindernierenfett (Belgische Rezeptur!) geworfen, frittiert und danach vermutlich abkühlen lassen. Um beim zweiten Mal dann, den Rauchpunkt zu erwischen, der die goldgelbe Farbe garantiert. Abtropfen lassen, salzen, fertig.

Alles wie immer. Bis ein genialer Mensch auf die Idee kam, die Präsentation zu optimieren. Ein schlichtes Blumentöpfchen (handelsüblich aus Ton) hat in diesem Café für immer Teller, Schälchen und Papiertüten zu Statisten degradiert. Ausgekleidet mit kunstvoll drapiertem Backpapier (handelsüblich braun) und aufgefüllt mit den Stars der internationalen Fast-Food-Szene, ist ein kleines Kunstwerk entstanden. Genial. Und dafür bezahlt man dort gerne das Doppelte. Doppelter Genuss einerseits. Doppelter Profit andererseits. Für jeden etwas.

Genial. Da wäre ich auch gern drauf gekommen.

Vielleicht nehm ich mir jetzt einfach mal den Ketchup vor. Aber wie krieg ich nur das Zeug in eine Gießkanne? Hm...

Geschrieben von in Vorbildlich um 12:04

Mittendrin

Herrlich. Dabei sein ist etwas Großartiges. Mittendrin. Auch wenn man seine Rolle nicht genau kennt und es am Ende auch egal ist. Herrlich. Einfach nur drauf hauen. Einfach nur irgendwie nach vorne. Dort wo der liebe Gott so gerne hilft. Einer schießt ein Tor und alle freuen sich. Herrlich. Blöd ist nur, wenn der Schuss mal nach hinten losgeht. Eigentlich aber auch kein Problem. Einer hat halt nicht aufgepasst. Einer, von vielen. Einer, den man nicht zur Verantwortung ziehen kann.

Ich liebe diese komplexen Systeme. Auch wenn sie keinen Spaß machen und keinen Sinn ergeben. Ich habe begeisterte Menschen an diesem Kicker gesehen. Menschen, die sich gefreut haben, gekurbelt (Verboten!) und gelacht haben. Nein, es gab keinen Sieger. Es gab nur einen irritierten Zuschauer. Mich. Mittendrin. Aber nicht dabei. Warum auch?

Geschrieben von in Blickwinkel um 11:55

FREITAG, DER 13.

Ihr seid zu spät dran. Das Thema 13 ist schon vor ein paar Tagen hier behandelt worden.

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:29

anders

anders. ich wollte anders sein. immer ganz anders. ich wollte alles anders machen. egal was. dem gleichen konnte ich nie folgen. darum habe ich fast alles anders gemacht. mit dem anders sein wollte ich allen beweisen, dass man auch anders zu gleichen zielen gelangt. immer in der überzeugung, eine abkürzung nach der anderen genommen zu haben, kam ich ganz wo anders raus. nichts wollte ich machen wie alle. bis ich nichts mehr machen konnte, wie alle anderen. es musste immer anders sein. das ist anstrengend. sogar meine träume waren anders. was wirklich anstrengend am anderssein ist, wenn man anders sein muss. eigentlich mal nicht anders sein will, aber nicht anders kann. alles musste immer anders sein. dabei hatte ich immer eine stille bewunderung für dinge des lebens, die gleich waren. gleich verlaufen. parallel. gleich ist oftmals ausgewogener. gleich ist eben mehr im gleichgewicht, als andersartig. gleichgesinnte gleichen sich in den wichtigsten wesensmerkmalen. oder zumindest gleichen sich die wichtigsten vorstellungen. bei dem bemühen anders zu sein ist mir dann viel später aufgefallen, dass es vor allem daran lag, dass ich wirklich anders war und mich anders fühlte. an stellen, an denen ich viel lieber gleich gewesen wäre. ich war aber nicht gleich wie die anderen. es gab dinge an und in mir, die unübersehbar, unüberhörbar und unbemerkbar anders waren. um dieses schmerzhaftere andere vergessen zu machen, zu überwinden oder zu überlagern, musste ich einfach alles anders machen. leider war ich nicht gleich. deshalb ist mein lebensweg davon bestimmt, immer andere wege zu gehen, nie den gleichen. für den job ist das sehr nützlich. was ich vom privatleben nicht immer behaupten kann. aber da ich darum weiß, kann ich mich immer mehr angleichen. jetzt muss ich oft nur noch verdeutlichen, dass etwas offensichtlich anderes bei mir schon immer gleich ist.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Vertrauen

Es gibt zwei Arten von Vertrauen. Das nützt einem. Und somit wäre ohne ein gewisses Zutrauen, eine Unterform des reinen Vertrauens, nichts zu holen. So lange es uns nützt, wir etwas davon haben, vertrauen wir uns an.

Die zweite Form ist eine rein emotionale Angelegenheit. Sie beschreibt das reine Vertrauen. Das eine Art von Selbstaufgabe mit sich führt. Sich fallen lassen. Sich völlig loslösen und aufgeben. Sich dem anderen völlig anvertrauen. Diese Form schwindet immer mehr. Und die Nutzenvariante nimmt zu.

Die selbe Entwicklungen können wir auch bei Begriffen wie Freundschaft, Glück und Liebe beobachten. Es gibt immer eine moderne, rationale, stark nutzenorientierte Definition. Und eine viel ältere, rein emotionale Definition. So unterschieden die alten Griechen noch nicht in zwei Arten von Glück. Wie wir. In ein Glück, das einem zufällig begegnet. Und das andere Glück, das man hat, wenn man zum Beispiel im Lotto gewonnen hat. Die Griechen kannten nur der zufällige Glück. Nicht das konstruierte.

Ebenso verhält es sich mit dem Vertrauen. So galt bei den alten Griechen das Vertrauen zwischen zwei Menschen in Form von Freundschaft als höchstes Gütesiegel. In unserer Gesellschaft bedeutet, wenn Freunde miteinander Geschäfte machen, automatisch Mauselei. Freundschaft wird im Geschäft nicht gerne gesehen. Somit kann auch Ur-Vertrauen sich nicht mehr entwickeln. Weil es mehr Zweckgemeinschaften gibt. Auf zugegebenermaßen hin und wieder sehr hohem Niveau. Aber ist der rationale Nutzen weg, ist sofort auch die Verbindung gekappt.

Somit haben wir einen logischen und nachvollziehbaren Vertrauensverlust. Weil wir die rationale und funktionale Nutzenvariante des Vertrauens der emotionalen Version vorziehen müssen. Ein ganz schön weiter Weg zurück für eine Gesellschaft. Außer jeder fängt einfach bei sich selbst an.

Freundschaften der Bekanntschaft vorziehen. Das Vertrauen dem Zutrauen. Und beim Glück und der Liebe kann man gleich weiter machen. Die neue Frage lautet in Zukunft: "Wie fühlt es sich an?" und nicht "Was bringt mir das?"

Allem, was sich gut anfühlt, geht man nach. Und allem anderen aus dem Wege.

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 07:02

deutschland. ein sommermaerchen 76: bei meissen, sachsen

Geschrieben von Peter von Felbert um 01:31

zeichen 11

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 01:20

Donnerstag, 12. Oktober 2006

deutschland. ein sommermaerchen 75: bastei, elbsandsteingebirge

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 23:56

deutschland. ein sommermaerchen 74: bergsteiger, elbsandsteingebirge

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 23:48

deutschland. ein sommermaerchen 73: bastei, elbsandsteingebirge

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 23:46

deutschland. ein sommermaerchen 72: bild vom hoch wasser 2002, koenigsstein

Geschrieben von Peter von Felbert um 20:15

deutschland. ein sommermaerchen 71: kürbisfeld bei meissen

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:04

Schlau: Orientierungsnachhilfe von den Kleinen

Ameisen sind in einigen Bereichen echt schlau. Wesentlich schlauer als wir. Ameisen hinterlassen Spuren und Markierungen ihrer Tätigkeit. Somit wissen alle Ameisen, wo es lang geht. Sogar lohnend. Denn Spuren mit erfreulichem Ziel sind besonders stark markiert. Lässt die Markierung nach und eine andere sticht hervor, dann wechseln die Ameisen einfach die Richtung - in Richtung noch ergebnisorientierter.

Wir Menschen machen und können das nicht. Wir machen Dinge oft nur für uns und hinterlassen keine Markierungen. Deshalb kann uns oft keiner folgen. Oder keiner weiß, wo es eigentlich lang geht. Würden Firmen aber zu einem lohnenden unternehmerischen Ziel jede Menge gut erkennbare Markierungen setzen, dann ginge alles viel besser und einfacher. Denn alle wüssten, wo es lang geht.

Aber wir sind nun mal Eigenbrödler und behalten lieber alles für uns. Deshalb müssen wir wohl oder übel damit leben, dass eigentlich keiner so richtig weiß, wo es lang geht.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 11:34

Das Gute liegt oft so nah (1)

Ort: Walchsee. 1 Stunde von München. Land: Österreich. Samstag vor 2 Wochen. So gegen 19.00 Uhr.

Meine Gedanken sagen mir: "Mensch, das Gute liegt oft so nah. Man muss nur den Hintern hoch bekommen. Anpacken und zugreifen. Sich weiter- und wegbewegen. Warum auf seinen Standort und Standpunkt unbedingt beharren? Wenn dieser nichts Neues mit sich bringt. Nichts Positives erwarten lässt. Die Veränderung zum Guten und viel Besseren ist sehr viel näher, als man im Allgemeinen glaubt. " Das weiß ich in einem solchen Augenblick. Dessen bin ich mir sicher.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 11:29

Wie gewonnen – so zerronnen

Viele Unternehmen betreiben eine sehr seltsame Kundengewinnungsstrategie. Man kann diese einfach auf einen Nenner bringen: Die Neuen werden unglaublich umworben und die Alten werden unglaublich verarscht. Somit verlassen die, die sich verarscht fühlen, das Angebotsschiff durch den Hinterausgang. Und über die prachtvoll geschmückte Neukunden-Gangway kommen die Neuen auf das Angebotsschiff.

Das ist ein Kommen und Gehen. Und weil sich viele verarscht vorkommen, verlassen viele die Unternehmen. Deshalb müssen die Lockangebote für die Neuen noch größer und pompöser klingen. Was das Gefühl des Verarschtwerdens deutlich vergrößert und so weiter und so weiter.

Jetzt könnte man glauben, dass da kleine, dumme Unternehmen am Werke sind. Die den Blick für die Realität noch nicht haben. Weit gefehlt. Umso größer die Unternehmen, um so dümmer das Agieren.

Wenn man über 10 Jahre bei Premiere ist, über 10 Jahre bei Vodafone, über 10 Jahre eine Tageszeitung abonniert hat, über 10 Jahre bei der Telekom war, bei großen Banken und sich alle paar Jahre ein neues Auto zugelegt hat, dann weiß man, wovon man spricht. Dann weiß man ganz sicher, dass man von vorne bis hinten von allen verarscht wird.

Warum in aller Welt hat es noch keiner mal anders herum versucht? Es gibt doch ein einziges tolles Beispiel: die KFZ Versicherungen. Wenn man lange keinen Unfall baut, zahlt man weniger. Oder wie ich gerne meinen Kunden empfehle, sich zu verhalten: Lassen Sie es den Guten gut gehen, und allen anderen gegenüber ist man höflich. Es muss einen Wert darstellen, lange geschätzt zu werden. Dann bleiben die Kunden bis zum Ende. Denn sie fühlen sich nicht verarscht. Und alle Neuen sind nicht nur Neukunden, sondern Mehrkunden. Denn Neukundengewinnung hat das Attribut nicht verdient, wenn man damit zugleich Bestandskunden verliert.

Es geht um Mehrkunden. Nur darum.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 06:54

2. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Liquidität

Liquidität ist wie das Blut, das durch unsere Körper fließt. Ein Unternehmen ohne Blut ist eigentlich schon tot.

Deshalb habe immer so viel Liquidität, um den größtmöglichen und denkbaren betriebswirtschaftlichen Verlust überleben zu können. Schulden oder anderes Übel bringen so lange niemanden um, solange dem gegenüber die entsprechende Liquidität steht. Es sind mehr Unternehmen daran zugrunde gegangen, dass sie 135,99 € nicht mehr zahlen konnten, als an größeren Summen.

Klingt logisch. Denken aber die wenigsten dran.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 06:52

Zwei Wassermänner

Ganz klar. Ein eindeutiger Fall: Das muss einfach Kunst sein. Alles andere würde Sinn ergeben. So denke ich mir, das ist sicherlich ganz große Klein-Kunst. An einer Stelle wo sie niemand, aber auch niemand erwartet hat. Und kann so

selber in Ruhe, ohne einen weiteren klaren Gedanken daran zu verschwenden, meines Weges schreiten.

Und denke mir noch ausklingende bruchstückhafte Dinge wie: 1995. Beton auf Stahlgerüst. Sonderbeschichtung mit freundlicher Unterstützung der Höchst AG. Eine freundliche Dauerleihgabe des Kunstvereins Kleinkleckersdorf, Jean Baptist Kunstfritze, Titel: Uns steht das Wasser bis zum Hals, oder die zwei Wassermänner, oder doch zweierlei erwartungsvolle weiße, reife Buschbohnen im grauen Nebel des Gütebahnhofes von Perpignion ...

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 06:51

Mittwoch, 11. Oktober 2006

zeichen 10

Geschrieben von Peter von Felbert in Zeichen, Typo und Symbole um 14:14

Es geht dann doch immer noch ein Stück übler, mein lieber Scholli!

Er ist alt und braucht sehr viel Geld. Onkel Thomas. Das erbärmlichste aber ist, neben der ganz üblen Anzeige, das Medium, in dem ich diese entdecken musste: NEON. Das hochmoderne und extrem aufpolierter Zeitgeistkonzentrat des Sterns. Der Versuch, verlorene Zielgruppen über schöne Inhalte und fettes Anbiedern zurück zu gewinnen. "Ihr wollt den Stern nicht? Dann kauft jetzt wenigstens NEON." Ein Beweis, dass die für Geld alles drucken. Da muss doch einer in der Anzeigenredaktion sagen: "Du liebes Gummibärchen, so nicht. Du kommst hier so nicht rein. Nicht mal mit Kohle!"

Aber wie man sieht: Mit Geld ist Vieles möglich.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 12:43

deutschland. ein sommermaerchen 69: frauenkirche, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 12:12

deutschland. ein sommermaerchen 68: schloss, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 12:04

deutschland. ein sommermaerchen 67: schloss, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:41

deutschland. ein sommermaerchen 66: schloss, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:40

deutschland. ein sommermaerchen 65: schloss, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:38

deutschland. ein sommermaerchen 64: zwinger, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:37

deutschland. ein sommermaerchen 63: zwinger, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 11:35

Ich bin gesund, ich habe zum Glück kein Payback

Es ist schon erstaunlich, wie sehr alle um meine Gesundheit bemüht sind. Ganz rührend finde ich seit einiger Zeit die BP/Aral Tankstellen. Offensichtlich kümmern die sich besonders um eine ganz neue Krankheit. Das ist doch mal ein Engagement am Kunden. Daran könnten sich andere mal ein Beispiel nehmen. Tengelmann könnte sich um Durchfall-Krankheiten kümmern. Aldi um Kreislauferkrankungen. Coop um Grippe und so weiter. Und wie das geht, können sich alle bei BP/Aral anschauen. Die gehen mal wieder mit gutem Beispiel voran. Und die vergessen das nie. Egal, wann ich komme. Egal, an welcher Tankstelle hier zu Lande, immer kommt dieser besorgniserregende Blick und die vorbeugende Frage: Haben Sie Payback?

Und ich kann immer beruhigend antworten: Nein, ich habe keine Symptome von Payback. Keine Spur. Sogar mein Hausarzt hat mir das bestätigt. Und auch mein Urin und mein Stuhlgang, meine Blutprobe und alle meine Werte zeigen, ein Glück, deutlich: Kein Payback.

Aber ehrlich, wenn diese freundliche Tankstellenkette mich nicht auf diese Krankheit hingewiesen hätte, wer weiß, wie es mir heute gehen würde. Vorbildlich. Und manchmal kommt dann einer, der bitter eingestehen muss: ja, ich habe Payback. Dann gibt er eine Art Krankenhauskarte rüber und bekommt sein Benzin. Ich kann nur hoffen, dass es nicht zu spät ist. Denn Payback soll ziemlich hässlich sein, wenn das mal ausbricht.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03

Stammpplatzgarantie

Bei meinem Lieblingsgastwirt (den verrate ich jetzt nicht, sonst ist eventuell bald die Hölle los), da gibt es, so wie es eigentlich üblich sein sollte, einen Stammtisch. Für seine Stammgäste. Da kann das moderne Marketing viel von lernen. Denn der bleibt den Stammgästen vorbehalten. Und niemand anderes setzt sich daran. Außer es ist weit und breit kein Stammgast in Sicht. Oder man sichert zu, den Tisch umgehend zu verlassen, sollte ein Stammgast aufkreuzen. Das nenne ich Kundenbindungs- und Kundengewinnungsprogramm. Den besten Gästen soll es auch am besten gehen. Und das sollen auch alle mitbekommen. Und wer will, kann ja dahin kommen. Denn der Tag wird kommen, da wird man vom Stammgast an den Tisch geladen. Wenn man will. Man muss nicht. Aber es ist nicht so, wie im Rest der Republik, dass Neukunden es vorne und hinten reingeschoben bekommen und man als langjähriger Kunde von vorne bis hinter verarscht wird.

Ich erzähle das meinen Kunden immer und immer wieder. Die guten Kunden sind die wichtigsten. Da müssen die anderen erst mal hin kommen. Und es muss sich lohnen, ein guter Kunde zu werden, zu sein und zu bleiben. Aber Neukunden das Blaue vom Himmel zu versprechen, um einen Moment später den nächsten noch verlockendere Angebote zu machen, zahlt sich nicht aus und kommt auch noch teuer zu stehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:02

Abwärts - Aufwärts

Ist jemandem mal aufgefallen, das Rutschen auf Kinderspielplätzen und auch an anderen Orten grundsätzlich bergab gehen. Im übertragenen Sinn. Gibt es eigentlich endlich mal eine repräsentative Erhebung über die Auswirkung auf die Entwicklung von Kindern. Wenn die selbst immer nur bergab rutschen. Kanzlerkandidaten wollen nur fotografiert werden, wenn sie eine Treppe hinauf steigen. Nie die Treppe hinunter. Denn das bedeutet: bergab. Und könnte sich im

Unterbewusstsein der Wähler negativ auswirken. Sie wollen suggerieren, mit mir geht es nur bergauf.

Hinkel und der Dutsche, haben es im großen Diktator eindrucksvoll vorgemacht, wie wichtig es für die Psyche ist, über dem anderen zu stehen. Und wir lassen unsere Zukunft in Form von Kindern ständig bergab gleiten. Kein Wunder also. Nach dem Krieg gab es so gut wie keine Rutschen. Ein Garant, oder sogar der für den Aufstieg? In allen aufstrebenden Ländern kann man signifikant feststellen, dass die Rutschendichte wesentlich geringer ist. Als hierzulande. Dafür die Wippe verbreiteter. Aber vor allem der Kletterbaum. Es fällt auf, dass die Kinder aller Wachstumsländer in den Bäumen hängen, baumeln und klettern.

Das sollte uns zu denken geben. Wie soll man aufsteigen, wenn man ständig runter rutscht? Hat sich das schon mal einer ernsthaft gefragt. Oder nur gedacht: na, dann rutsch mir doch den Buckel runter?

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:00

deutschland. ein sommermaerchen 62: kunstakademie, dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:52

deutschland. ein sommermaerchen 61: burg ludwigstein, elbsandsteingebirge

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:07

Dienstag, 10. Oktober 2006

1. Bauernregel der Betriebswirtschaft: Umsatz

Umsatz ist wie ein Baum voller Vögel. Wenn man in die Hände klatscht, sind alle weg.

Darum schaue nicht so sehr auf den Umsatz, sondern immer mehr auf das, was wirklich hängen bzw. sitzen bleibt. Es sind wesentlich mehr Firmen den Bach runter gegangen, die einen hohen Umsatz hatten. Aber so gut wie keine mit einem hohen Profit.

Klingt einfach, beherzigen aber die wenigsten.

Geschrieben von Christof Hintze in Berühmte Worte um 15:27

Interessenskonflikt

Eines der wohl größten Probleme der Menschheit ist, dass wir vordergründig andere Interessen vertreten, als wir es hinten herum wirklich tun. So geht jeder ins Meeting, um das Beste für die Sache heraus zu holen. Aber eigentlich bedeutet "für die Sache" in der Regel "für die eigenen Interessen".

Obwohl das alle insgeheim wissen, spielen alle mit. Dieser Interessenskonflikt macht ergebnisorientiertes Wirken sehr schwer bis unmöglich. Denn diese Massen von Scheinheiligen tun nur so als ob. Das bedeutet auf einem Index, der da heißt 100 = das Beste, was wir tun konnten, kommt nie mehr als 30% heraus. Bewunderswert dabei ist, dass überhaupt mit 30% noch etwas funktioniert.

Unvorstellbar, was alles möglich wäre, wenn alle ihr Ego der Sache unterordnen könnten. Wir würden alle qualitativ weit über unsere jeweiligen Möglichkeiten und Verhältnisse leben können. Aber dieses Verhalten ist uns Menschen nicht zu eigen. Deshalb werden wir weiter mit diesem größten aller Konflikte leben müssen, dem Interessenskonflikt.

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 07:01

Provokateur

Das sollte ein hoch bezahlter Job sein: Menschen, die man einladen kann, um Bewegung in eine Sache zu bringen. Das funktioniert im Privatleben wie im Business. So ein guter, professioneller Provokateur gibt Widerworte, hält den Spiegel vor, vertritt eine oppositionelle Haltung. Er reizt. Er bringt Dinge ins Rollen.

Ich bin Natur-Provokateur. Denn nichts langweilt mich mehr als ausgedehnte Berechenbarkeit. Wie diese endlos geraden Straßen von der Ost-Küste an die West-Küste der USA. Wenn man schon vorher weiß, wie es weiter, weiter und weiter geht. Die erdrückende Langeweile der totalen Vorhersehung. Wenn wir zum Essen eingeladen sind, dann befällt mich schon vorher die Panik, dass es zu einem extrem brutalen Smalltalk-Abend verkommen könnte.

Diese typischen Gesprächsverläufe, wenn jeder sein Lebenskonzept allen anderen als so schlau und durchdacht auftischt. Diese Probleme, die keine sind. Geschichten, die so langweilig sind, wie Kaugummi an Geschmack verloren hat nach 24 Stunde darauf Herumkauen. Wenn jeder aus seinem kleinen Blickwinkel sich anmaßt, allgemeingültige Verlautbarungen vom Stapel zu lassen. Ständig anderen die kleine Welt des eigenen erbärmlichen Daseins verkaufen müssen. Und dann haben wir und dann wollen wir und dann ... Es ist schon vorgekommen, dass ich um 22.00 Uhr im Bett lag und schlief. Die Gäste haben dann ohne mich weiter gemacht. Oder wenn es nicht in den eigenen Wänden war, bin ich auf einem Sofa weggedöst.

Platitüden austauschen, immer schön an der Oberflächlichkeit entlang schwimmen, langweilt mich so sehr, dass ich umgehend in einen komatösen Schlaf ver falle. Deshalb bin ich gern der Provokateur und mache mich freiwillig zum Arschloch in der Runde. Die Abende gefallen mir dann viel besser. Das merke ich daran, dass es nach Mitternacht wird und meine Frau mich förmlich rausziehen muss. I love it.

Im Job ist das ähnlich. Wenn das Bullshittalking losgeht, stellen sich mir die Nackenhaare auf, und da ist er dann

wieder, der Provokateur. Meistens beginne ich meine Tiraden mit: Sie reden unglaublichen Blödsinn. Oder auch sehr gerne benutze ich den Einstieg: Die Scheiße kann ich nicht mehr hören. Auch schön: Sie haben keinen blassen Schimmer. Ich liebe es. Wenn allen die Contenance aus dem Gesicht fällt, wie die Tomate mit Soße aus einem Hamburger beim Reinbeißen.

Wer mir immer wieder leid tut, ist meine Frau. Und Torsten. Die kennen das schon und denken sicher, jetzt geht das wieder los. Meine Frau und Torsten lieben Harmonie. Ruhige, ausgewogene Übereinstimmung. Den andern ausreden lassen, zuhören, zuvorkommend sein und höflich. Sie lassen jedem seine Meinung. Sie greifen nicht an oder stellen jemanden bloß, dafür haben sie ja mich. Denn ich sage oft, was andere nicht mal zu denken wagen. Ob das gut oder schlecht ist, sei mal dahin gestellt. Aber es ist Rock'n Roll. Und das auch noch laut und sofort. Geschwindigkeit ist als Provokateur sehr wichtig. Die Antworten, Argumente, Angriffe und Beleidigungen müssen wie bei einem fetten E-Gitarren-Solo von den Saiten springen.

Wörter müssen treffen und zwar genau und am besten ohrenbetäubend. Sonst ist man kein richtiger Provokateur, sondern nur Bedenkenträger. Gott wie peinlich. Wer will das schon sein, außer Guido Westerwelle. Ich sollte ein Gewerbe daraus machen. Man kann mich einladen für eine Schweinekohle und ich mische dann den entsprechenden Laden mal so richtig auf.

Stelle Fragen, wo es richtig weh tut. Klage an. Entlarve. Bringe Menschen zur Weißglut, damit endlich mal ein ordentlicher Gedanke entspringen kann. Kein geformter und schon formulierter. Neues Denken. Neuer Blickwinkel. Mal den Eintopf im Kopf so richtig umrühren.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:00

Montag, 9. Oktober 2006

In vino veritas

So nach 3 Glas Rotwein, habe ich das Problem zwar nicht gelöst, aber fast vergessen. Das ist doch auch was? Also, bis Morgen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 20:20

Black Monday Today

Mir ist heute meine komplette iTunes Datenbank fliegen gegangen. Wir reden da von über 8.000 Titeln. Feinster Jazz. Feinste Klassik. Und darum einige Perlen aus den Bereichen Funk, Soul R&B, Rock und Pop.

Meine Autumn Leaves Sammlung ist weg. Meine Chet Baker Sammlung. Und meine Miles Davis Sammlung. Und...

Da kann man nichts machen. Tschüss. Es war schön mit euch. Neues Spiel. Neues Glück. Der Tag ging dann so weiter. Bis zum vorläufigen Finale, da ist mir meine Sonnenbrille beim Weg nach Hause auseinander gefallen. Ich mache heute nichts mehr. Das verspreche ich euch. Nichts. Nicht mal den Kühlschrank auf.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 19:28

deutschland. ein sommermaerchen 61: dresden

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 10:14

Jetzt schlägt es 13

Die irrationale Furcht vor der Zahl 13 wird Triskaidekaphobie genannt. Bei Flugzeugsitzen wird des öfteren die 13. Reihe in der Nummerierung ausgelassen. Jim Knopf und Lukas, der Lokomotivführer, und die wilde 13. Hotelzimmer mit der Nummer 13 kann man lange suchen. Gruppe 13 im Periodensystem der Elemente wird als Gruppe der Erdmetalle oder auch Borgruppe bezeichnet. Das 13. Stockwerk fehlt oft in Hochhäusern. Ballack spielt mit der 13. Klinsmann hat das auch getan. Die Zahl 13 gilt auch als Verschwörungs-Zahl auf dem 1-Dollar-Schein. Die Zahl 13 kommt auf dem Dollar-Schein 11 mal vor, versteckt in Bildern und Texten. 13 ist die Ordnungszahl von Aluminium. "13" lautet der Titel des Buches der Fantasyautoren Wolfgang & Heike Hohlbein. Im Formel-1-Motorsport wird auf die Startnummer 13 verzichtet. Im Krankenhaus liegt niemand auf Zimmer 13. Am Freitag, den 13., soll alles in die Hose gehen. Der 13. Krieger. 13 Stühle. 13 ist in vielen Kulturen die Unglückszahl. 13 ist die sechste Primzahl. Die 13 Alten Orte sind eine geographisch-historische Größe in der Schweiz. Die zweite Wilson-Primzahl. Eine zentrierte Quadratzahl. Die kleinste Mirpzahl. Ebenso ist die 13 der fünfte Exponent einer Mersenne-Primzahl. Als mögliche Herkunft gilt der Verrat des Judas Ischariot, da er der 13. Anwesende beim letzten Abendmahl war und der Tod Christi auf einen Freitag fiel (Karfreitag). „Der 13te“ ist auch ein Synonym für den Teufel.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:03

Gewerkschaften – die pfeifen doch nicht ganz richtig

Unüberseh- und ebenso unüberhörbar ist es zur Angewohnheit auf öffentlichen Gewerkschafter-Versammlungen geworden, mit Trillerpfeifen zu erscheinen. Und anstatt die Stimme zu erheben, die gesamte Veranstaltung lautstark zu pfeifen.

Das verstehe ich nicht. Und das ist ein Grund, warum ich bei einer solchen Veranstaltung nie erscheinen würde. Denn ich bin zum einen geräuschempfindlich, und zum anderen würde ich gerne den Rednern folgen.

Das verstehe ich nicht. Dass man sich auf der eigenen Kundgebung der Gefahr aussetzt, sich einen Gehörschaden zu

holen, und außer dem ohrenbetäubenden Trillern von all den anderen Pfeifen nichts mitbekommt.

Das verstehe ich nicht. Warum stehen die nicht im Bundestag mit ihren Trillerpfeifen oder in der Vorstandskantine oder bei irgendeiner Arbeitgeberveranstaltung?

Früher war es gute Sitte, dass ich mich ins gegnerische Lager einschlich und die gegnerische Veranstaltung dann auf einen Schlag mit allen Mitteln störte, bis die Ordner mich raus katapultierten. Das habe ich ja noch verstanden. Aber dieses Pfeifen? Verstehe ich nicht.

Warum machen die einen solchen Lärm bei sich selbst. Das muss einen anderen Grund haben, der mir völlig unerklärlich ist. Also, wenn Sie mich fragen, pfeifen die eventuell aus dem letzten Loch. Oder?!

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 07:01

Mothers Finest

Mutters Liebling. Der härteste Funk in den frühen 80ern wurde von dieser Band zelebriert. "Baby Love" war einer der Titel, die ich mir noch heute hin und wieder in ganz bestimmten Stimmungen reinziehen muss. Denn mit diesem Titel sind Gefühle und Erinnerungen verbunden, die mir wieder klar machen, was ich eigentlich wirklich im Leben und vom Leben wollte. Das ist so, als ob man an einen Ort zurückkehrt. In eine andere Zeit reist. Einen guten alten Bekannten wiedertrifft. Manchmal, wenn diese ganze Harmonie-Soße wie klebriger Honig an mir hängt, muss ich den Gefühls-Counter mal wieder auf Null stellen oder Reset drücken.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 07:00

deutschland. ein sommermaerchen 57: in der naehe von jena

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 01:08

Sonntag, 8. Oktober 2006

Der 500 Kommentar auf dem note-blog

Ich weiß nicht, was soll es bedeuten, aber die Zahl ist schön, groß und rund - darum tu ich sie kund.

Der Kommentar zu diesem Beitrag von Peter von Felbert ist die Nummer 500.

... Unser Blog in Weimar. Sieht gut aus. Eine schöne Idee für eine Image-Kampagne. Unser Blog aus oder in ...
Wunderbare Orte, an denen ein Apple Powerbook steht und man unseren Blog erkennen kann ...

Da sagen wir doch mal DANKE für die rege Beteiligung.

Geschrieben von Christof Hintze in Werkverzeichnis um 20:13

Das müsste eigentlich Wolke 7 sein. Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 20:09

Ursachenforschung: Der Hoch-, Tief- und Breitstapler

Am bekanntesten ist wohl der Hochstapler. Weil ziemlich häufig. Am begehrtesten sicherlich der Tiefstapler. Weil sehr selten. Noch gänzlich unbekannt ist der Breitstapler. Weil nicht da. Das hier ist eine Kombination aus allen Dreien. Beeindruckend, wie ich finde. Die Geschichte der Stapler muss neu geschrieben werden (flüstert mir gerade einer der Drei ins Ohr).

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 18:14

Ein weiteres meiner weltberühmten Flugzeug-Fotos

Die Ausbeute an diesem Wochenende war zugebener Maßen nicht ganz so toll. Aber am frühen Sonntagabend, ist mir doch noch so kleiner Hüpfer durch die Linse gefolgt. Ein sehr Kleiner. Gebe ich ja gerne zu.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 18:10

Samstag, 7. Oktober 2006

deutschland. ein sommermaerchen 60: weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:21

deutschland. ein sommermaerchen 59: goethes wohnhaus, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert um 20:15

deutschland. ein sommermaerchen 58: goethes gartenhaus, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:11

deutschland. ein sommermaerchen 57: goethes garten, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 20:10

deutschland. ein sommermaerchen 56: stadtschloss, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:56

deutschland. ein sommermaerchen 55: stadtschloss, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:56

deutschland. ein sommermaerchen 54: stadtschloss, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:55

deutschland. ein sommermaerchen 53: fruehstueck, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:52

deutschland. ein sommermaerchen 52: hotel russischer hof, weimar

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:49

Hinterm Bischofshof

Ein Hotelzimmer erobert man immer so. Verstaubt seine Sachen in Schränke und Schubladen. Das Zimmer ist schließlich belegt. Zufrieden schaut man zum Fenster hinaus. Der Blick geht diesmal aber nach hinten raus. Man sieht auf eine Wand. Am Fuß der Wand ein Holzverschlag; schuppiges Dach, auf dem Gras wächst und Moos. Auf manchen Schindeln liegt alter, schmutziger Schnee.

So nah bei einer Kirche hatte er noch nie gewohnt. Viel zu nah, als das er den Körper als Ganzes begriff. Von seinem Zimmer aus gesehen war alles nur Wand. Wer hatte die Kirche so dicht an das Haus gebaut? Oder wer hatte das Haus so dicht an die Kirche gesetzt? Das lag schon so lange zurück, dass beide wie verwachsen waren.

Dazwischen der Verschlag. Man sieht die Tür des Verschlages, die offen steht. Das Innere, in dem es fast dunkel ist. Eine Schubkarre ist das, was man gerade noch sieht. Sähe man die Schubkarre nicht mit der Zinkwanne, die aussieht wie neu, wäre alles nur Vergangenheit.

Kein Himmel ist zu sehen. Alles ist Wand. Als hätte man das Haus vor die Flanke eines steilen Berges gefügt. Auch das Licht fällt von weit oben wie in eine Felsspalte hinein. Bis es hier unten angekommen ist, hat es zuviel an Strahlkraft verloren, dass es nicht reicht, die Stimmung hier unten zu erhellen. Das Leben – nur feuchtes Moos und nasser Schnee. Dazwischen spärliches Grün gegen gewaltiges Grau.

Dass es doch eine Kirche war, kein Fels, das lag am Glockenspiel. Es schwebte wie ein leichtes Lüftchen heran und ließ sich in dieser Unterwelt nieder. Aber fangen ließ es sich nicht. Es setzte hier und da ein paar helle Töne ab, bevor es sofort wieder verflog. Ein bunter Schmetterling, der sich verflogen hatte.

Die Wand ist nicht glatt. Sie steigt in vielen Formen zum Himmel empor. Sie hat Falten und Runzeln, Narben und Warzen, Furchen und Spalten. Sie tritt hervor und zieht sich an anderer Stelle zurück. Auf den Vorsprüngen hocken tierische Gestalten. Affenköpfe, Hundsmäuler, Teufelsfratzen. Sie sind dem Grund der Felsenwelt entstiegen. Sie kamen gekrochen, geflattert, gesprungen. Einmal niedergehockt, waren sie nie wieder aufgestanden.

Jetzt sitzen sie zum Sprung bereit. Wer soll sich vor ihnen fürchten?

Man hätte es in diesem Hotel auch etwas teurer haben können. Aber man hätte doch nur eine ganz schöne Aussicht gehabt.

Geschrieben von in Weite Welt um 13:36

Ein weiteres meiner weltberühmten bekannten Flugobjekt-Fotos

Weißer Seemöwe auf weißem Grund im Beobachtungsflug.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 13:13

Draufgänger

Aus Eiche. Aus einem Stück. Ca. 50 cm lang und 25 cm hoch. Titel: Draufgänger. Künstler: Ist mir entfallen. Erworben in der Kunstgalerie in Illverich, bei Düsseldorf. So um das Jahr 1996. Fand ich damals gut. Geht mir heute noch so. Stellt ein Stück Realität dar. Die man sich immer mal wieder vor Augen führen sollte. Das Kunstwerk erinnert mich daran. Bin drauf gekommen als ich den Beitrag von Torsten las.

Geschrieben von Christof Hintze in Paradigmenwechsel um 12:41

Freitag, 6. Oktober 2006

deutschland. ein sommermaerchen 51: weimar

Geschrieben von Peter von Felbert um 22:38

deutschland. ein sommermaerchen 50: goethe schiller denkmal, weimar

was hier so aussieht wie goethe und schiller von hinten, ist fuer mich der beginn eines neues lebensabschnitts. dieses bild ist 20 minuten alt, also quasi neugeboren, und schon online. moeglich geworden durch eine digital kamera, einen laptop mit bluetooth, ein handy mit umts und - ach was die technischen details wiil euch ersparen. jedenfalls ist dies meine erste reise, von der aus, egal wo ich bin und handy empfang habe, euch meine bilder bilder sofort zeigen kann. die bilder moegen genauso aussehen wie zuvor, fuer mich ist das ein voellig neues lebensgefuehl. abends im hotelzimmer liegen und im blog surfen und meine bilder online stellen. meinem vater konnte ich meine begeisterung nicht vermitteln. vielleicht versteht mich hier jemand...

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 22:25

Deutschland auf dem besten Wege zur Kinderfreundlichkeit

Dieses liebevoll arrangierte Kindersammelsorium habe ich heute ganz überraschend auf meinem Weg durchs Leben entdeckt. Ganz gerührt war ich. Ich war ganz angetan, von einer solchen Nächstenlieb. Kinder sind hier willkommen. Hier sagt jemand ja zu Kindern. Wenn das mal nicht eine Zeichen für eine Trendwende ist. Ist der Deutsche doch Kinderlieber als alle glaubten? Hat er doch sein Herz für Kinder entdeckt? Das ist doch ein guter Anfang. So eine Hundeklo mit maximaler Verletzungsgefahr. Und Spielzeug, dass offensichtlich seit langem darauf wartet, entsorgt zu werden.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 20:49

Die Weißbier-Frage: quo vadis?

Ohne Entfernungsangabe eine sehr schwere Entscheidung. Wie weit, bis zum Weißbier? Links oder Rechts? Da lang, oder da lang? Oder doch besser da lang? Lieber Weißbier-Gott gebe uns eine Entscheidungshilfe.

Geschrieben von Christof Hintze um 20:45

Der Traum vom fliegen

Vom Tegelberg ins Tal. Schwangau. Freitag. 15.20 Uhr. Meine stille Bewunderung für die Überwindung sich ins Tal zu stürzen um himmlische Momente zu erleben.

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 20:40

Ein weiteres meiner weltberühmten Himmelskörper-Fotos

Freitag der 6. Oktober. Gegen 14.00 Uhr. Der Wetterfrosch lag mal wieder brutal, offensichtlich, aber mal völlig daneben. Ich glaube ich muss Herrn Kachelmann wegen arglistiger Täuschung verklagen. Denn ich habe mir einen Sonnen- statt Gefrierbrand geholt. Und habe die ganzen Klamotten mitgeschleppt. Die ich unversehrt, wieder mit nach Hause geracht habe. Im Allgäu. Von Dauerregen keine Spur. Direkt neben dem Schloss Schwanstein. Genauer gesagt auf dem Tegelberg. Liebe Berliner jetzt nicht erschrecken. Hier kann man nur mit der Gondel oder zu Fuß landen. Aber der rundum Blick, hat es in sich.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 19:56

Eine Art Schreibblockade

Das Schlimmste, was einen Schriftsteller treffen kann, ist Tendovgnitis. Es ist nichts, was den Kopf betrifft. In den meisten Fällen erwischt es das Handgelenk. Die erste Bewegung nach einer Ruhephase ist die Schlimmste. Wenn man das Gelenk trotz der anfänglichen Beschwerden bewegt, wird der Schmerz erträglicher. Sehnenscheidenentzündung ist eine Folge von Überanstrengung. Es tut verflixt weh, nicht schreiben zu können.

Geschrieben von in Gleichgesinnte um 10:37

Zu viel

Ich rede zu viel. Und ich schreibe zu viel. Wer so viel redet und schreibt, der muss sich ständig wiederholen und geht anderen mit seinem ständigen Gerede und Geschreibe auf die Nerven. Vor allen denjenigen, die wenig reden und ebenso wenig schreiben. Für die immer alles gesagt ist. Jedes Wort zu viel. Für die gilt: Reden ist Silber, Schweigen ist Gold.

Mir scheint es, als ob diese Menschen mit möglichst wenig Atemzügen durchs Leben kommen wollen. Nichts unnütz verbrauchen. Als ob sie nur eine bestimmte und begrenzte Anzahl von Buchstaben hätten, mit denen sie haushalten.

Ich müsste lügen, dass mich das nicht berühren würde, wenn ich merke, dass ich anderen mit meinem Gerede auf den Wecker gehe. Sie überrolle. Überfordere. Oder einfach nur nerve. Aber irgendwie empfinde ich das als meine Ausdrucksform. Die ebenso gilt wie die des Schweigens.

Dann frage ich mich immer, ob ständig Leute zu Picasso gesagt haben: "Mensch Pablo, mal doch nicht so viel." Oder zu Chet Baker: "Chet, nun hör doch endlich mal auf mit deiner Trompete."

Zudem denke ich oft: Das, was ich zu viel rede und schreibe, reden und schreiben viele zu wenig. Ein für mich gewaltiges Problem liegt in der Kommunikation. Primär in der zwischenmenschlichen. Die Menschen müssen mehr miteinander reden. Und sich Briefe schreiben. Oder ihre Gedanken aufschreiben. Das sind Skizzen der eigenen Zeit. Wie Fotos machen. Wunderbar, dass ich, wenn alles gut läuft, in 30 Jahren diese Zeilen lesen kann und mich sicherlich wegschreie vor Lachen.

Als jemand, der gerne und viel kommuniziert, in mündlicher und schriftlicher Form, sage ich euch: Sagt, was ihr denkt und sagt es genau in dem Moment, in dem ihr es denkt. Und schreibt es auf.

Mein Sohn (3 3/4 Jahre) sagte vor kurzem: "Papa, das war der schönste Tag der Welt." Ich bin so froh, dass er das gesagt hat und habe es gleich aufgeschrieben. Reden ist wie Wasser, das seinen Weg zum Ziel findet. Schweigen ist die Mauer, an der sich alles Gesagte nur staut und nirgendwo hinführt.

Eventuell denken die meisten Menschen, dass das Gedachte genügt. Warum das also auch noch sagen? Auch diese Haltung empfinde ich als problematisch. Man kann sich nicht oft genug sagen, wie sehr man sich liebt, schätzt, respektiert und gern hat. Also ich höre das gerne.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Wunderbare Welt der Logos (12)

Abertausende von Kindern haben sich von ihren Müttern, voller Stolz, dieses Logo auf die Badehose bzw. den Badeanzug nähen lassen. In der heutigen Zeit machen das auch schon mal die Tagesmütter, die Nanny, das Au-Pair oder der Papa. Häufig auch der neue Papa oder die neue Mama. Dieses Logo berechtigt dazu, endlich ins Schwimmerbecken zu dürfen. Keine Angst mehr vor dem Ertrinken. Ein rundes Stück erwachsener sein. Das Seepferdchen. Immer wieder toll.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:01

Nein! Ich spiele kein Golf!

In der Welt der Führungskräfte spielen offensichtlich alle Golf. Alle?! Alle, bis auf einen. Mich! Mit Entsetzen blicken mich oft die fragenden Geschäftsführer, Vorstände und Vize-Präsidenten an. Denn ein "Nein" ist in der Ebene eigentlich nicht anzutreffen. Unverständnis macht sich breit. Gedanken an eine Behinderung kommen auf. Irgend einen triftigen Grund muss es doch geben. Gibt es aber nicht.

Dabei ist Golf nach Aussagen aller die Rolltreppe des Erfolgs nach ganz oben. Man kommt sich so nah, wie sonst nie im Business. Alle duzen sich. Das ist so beim Golf. Und ohne dass man über das Geschäft auch nur ein Sterbenswörtchen verliert, ist man trotzdem im Geschäft.

Golf ist die Neugeschäftsmaschine Nummer 1. Sagen alle. Alle. Manchmal denke ich, kein Wunder, dass der Zustand der Wirtschaft so ist, wie er ist. Wenn alle Golf spielen, ständig und überall, und nie nur einen Gedanken ans Geschäft verlieren, kann auch nichts voran gehen.

Ich würde jeden Mitarbeiter mit einem Handicap unter 36 sofort feuern. Der ist doch mehr auf dem Golfplatz als bei der Arbeit. Ständig sind alle auf irgendwelche Turniere eingeladen. Dann veranstalten alle noch selbst Turniere, um die anderen wieder einzuladen und so weiter und so weiter.

Ich glaube, ein normaler Geschäftsführer bekommt so 80 bis 320 Einladungen zu Golfturnieren im Jahr. Was für ein volkswirtschaftlicher Schaden! Wahnsinn. Wenn man die ganzen Stunden der Führungskräfte mal zusammenrechnet, die diese auf dem Golfplatz herumtingeln. Da sind einem die Bordellbesuche von früher doch echt lieber. Die waren wenigstens nachts. Und bei weitem nicht so oft. Da kann man nur hoffen, dass die Führungskraft nicht allen Einladungen Folge leisten kann. Ich habe nichts gegen Golf. Ich finde es gar nicht schlecht, dass alle weg sind und Bälle suchen. So kann ich in Ruhe arbeiten und andere Dinge tun. Die Frauen von Golfspielern, sofern sie nicht selbst golfen, sollen sich oft sehr einsam fühlen. Munkelt man.

In Anbetracht der Wirtschaftslage der Nation wundert es mich ein wenig, dass alle Zeit zum Golfspielen finden, jedoch keine Zeit, um sich ein paar neue Ideen anzusehen. Aber nun gut. Jede Welle läuft irgendwann an einem Strand aus. Bis nichts mehr von ihr übrig bleibt. Wenn ich nur an den Tenniswahnsinn der 80er denke. Alle waren in einem Club. Alle haben gespielt?! Alle?!? Ja, alle - ich auch.

Golf lasse ich vorerst mal aus. Eventuell steige ich ein, wenn alle anderen wieder reinhauen müssen und nicht mehr dazu kommen. Da werde ich dann auf leeren Golfplätzen am Ende der Welt meine Runden drehen. Wie man heute in leeren Tennishallen alleine mit sich gegen die Wand spielen kann.

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 07:00

Donnerstag, 5. Oktober 2006

Heute ist ein wundervoller Tag

Die Sonne scheint. Es sind in der Sonne knapp (fast) 20 Grad. Ich habe mir gerade ein (zwei) Weißbier gegönnt. Zusammen mit meinem (aller) besten Freund. Es ist (schon) Donnerstag Mittag und ich leute einfach (frühzeitig) mal das verlängerte Wochenende ein. Wer weiß, wie lange das Wetter uns noch so verwöhnt. Es ist alles ehrlich gesagt einfach herrlich. Jetzt. Genau jetzt, in diesem Augenblick. Und nur der zählt. Wer weiß, was morgen kommt?

Die Wettervorhersage weiß es jedenfalls nicht. Die hat sich zum Glück für meinen Lebensraum jetzt schon 6 Tage hintereinander geirrt. Von Dauerregen keine Spur. Kälteeinbruch?

Geschrieben von Christof Hintze in Gleichgesinnte um 15:33

Eine Homage an den Klinker

Was soll man sagen? In Gegenwart und Anbetracht eines Zeitgenossen und Zeitzeugen von einem solchen Kaliber! Der Klinker. Mit Ecken und Kanten. Klar und einfach gestrickt. Ohne Schnörkel. So einfach wie die Menschen, die sich mit ihm umgeben. Der Klinker. Er wollte nie besonders schön sein. Sein Bestreben ist die Klarheit. Wie die beliebten Getränke nach jeder schweren und fettigen Mahlzeit. Der Klinker ist wie Bochum, Essen oder Gelsenkirchen. Nicht schön, aber immer gerade. Niemand drückt so klar ein großes Zeitgefühl und das unterkühlte Temperament einer ganzen Region aus wie er. Der Klinker. Tach auch. Und: Weißt du, wer gestorben ist. Wenn man ein Logo für Hans Dieter Hüsch entwerfen müsste, dann wäre es ein vom Wetter angegrauter Klinker. Ihm wird ebenso wenig Respekt entgegen gebracht wie dem gesamten Ruhrpott. Bitter. Dabei haben beide wahrlich mehr Respekt verdient. Was die alles ausgehalten haben, liebe Bayern, das passt auf keine Kuhhaut. Also, das ist mein Versuch, dem Klinker zu seiner gebührenden Anerkennung zu verhelfen. Worauf so ein Klinker natürlich, wie seine Lebensgenossen auch, verzichten kann. Ist ihm nichts wichtig. Trotzdem. Das musste mal gesagt bzw. geschrieben werden. Freund der Wand.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 07:03

Blog Lockstoff

Das Schöne an einem Blog ist, dass man oft genau an der Kreuzung der Entscheidung steht wie unsere Kunden. Somit ist immer leicht reden, wenn man von quantitativem oder qualitativem Traffic spricht. Man ist selbst davon ja nicht betroffen. Welche Menschenmassen sich dann in den Verkaufsräumen herumtreiben, nur um ein Bier und ein Würstchen abzubekommen. Kommen zu wenige, stellt man den qualitativen Traffic in den Vordergrund. Kommen viel zu viele, dann resümiert man Qualität in Quantität.

Im Blog wäre es so einfach und verführerisch, alles andere quantitativ in den Schatten zu stellen. In den Rangreihen weit vorne zu sein. Und mit Zahlen nur so um sich zu werfen. Ein guter Mix aus Sex'n Crime und Rock'n Roll und Klauen, was das Zeug hält. Verlinken bis zum Abwinken. Sich in anderen Blogs die Finger wund schreiben. Und eine 200 Meter lange Blogroll. Und weitere 200 Meter Tags. Und linken und verlinken, linken und verlinken.

Und das gängige Name-Dropping. Die Blonde Hotelerbin. Und das ganz gierige und geile Gesocks drum herum. Und kopieren, kopieren. Apfel-C + Apfel-V bzw. Strg-C + Strg-V.

Die Hölle wäre los. Aber das interessiert uns nicht. Sondern genau das Gegenteil. Wir sind genau am anderen Ende der Fahnenstange zu finden. Wir würden auch jeden Tag weiter schreiben, wenn kein Schwein uns finden, kennen und lesen würde.

Immer mit dem Ziel vor Augen, wenn nur ein einziger hier was findet, das ihm einen schönen Augenblick vermittelt, dann sind wir schon ein gutes Stück weiter.

Ganz nach dem Motto: Lieber einen echten Freund, als viele gute Freunde.

Es wäre gelogen, würde ich leugnen, dass es mir manchmal in den Fingern juckt. Aber keine Angst, ich habe mich im Griff, was das anbelangt. Glaube ich! Oder?

Geschrieben von Christof Hintze in Blog Betriebsanleitung um 07:01

Can´t beat the real thing?!?

Die Cola-Flasche im Lauf der Zeit. Immer anders. Immer Coca Cola.

Die Kunst der Anpassung. Die Veränderung ist das Kontinuierliche. In unserer Wahrnehmung haben wir in der Regel immer die letzte Fassung einer Marke gespeichert. Alles Ältere ist schnell vergessen und wird schnell überlagert. Beeindruckend, wenn man die Angst in den Marketingabteilungen kennt. Bloß nichts anfassen, bloß nichts ändern, bloß keine Arbeit machen! Dabei haben alle großen und erfolgreichen Marken genau diese Wandlungsfähigkeit gemein.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Mittwoch, 4. Oktober 2006

Amsterdam

Regen und Wind. Vor allem Wind. Der dumme Tourist kauft am Bahnhof einen Schirm. Er zahlt 14 Euro 50 – oder, wenn er der ersten Versuchung widerstehen kann, zehn Euro weniger. Er kann. Aber dumm ist er trotzdem. Er weiß noch nicht, dass Schirme in Amsterdam keine Überlebenschance haben. Für einige Minuten verfällt er dem Glauben, sich hinter dem Schirm – denn der Wind bläst ihm entgegen – schützen zu können. Der Schirm kann vor dem Wind aber nur bestehen, in dem er nachgibt. Er nimmt eine aerodynamische Form an, wie ein Fisch. Auch der Tourist gibt nach und versucht den Schirm zu schließen. Aber in der gedrunghenen Form des Fisches lässt sich der Schirm nicht beherrschen. Der dumme Tourist überlegt eine Sekundenlang, ob er sich vom Wind abwenden soll, aber das würde nur dazu führen, dass der Schirm umschlägt und das Innere des Fisches nach außen gekehrt würde. Die Gräten wären zu sehen und schließen ließe sich der Schirm auf diese Weise auch nicht. Inzwischen regnet und stürmt es weiter auf den Touristen ein, während sich der Fisch im Wasser recht wohl zu fühlen scheint. Der Tourist entdeckt andere dumme Touristen mit Schirmproblemen um sich herum und sieht ein, dass es so keinen Zweck hat.

In der Zwischenzeit hat er den Schirm in einem windstillen Moment schließen können.

Der Wind bleibt aber nicht still, sondern bläht sich zu einem ordentlichen Sturm auf mit Böen. Der Tourist hat Mühe an der Ecke Keizersgracht/Vijzelstraat nicht von der Straße ins Wasser gefegt zu werden. Das Gute am Wind ist, dass der Regen nicht zu spüren ist. Es ist wie ein nasser Wind, der weht. Der Tourist kommt auf die Idee, dass man ein neues Gütesiegel für Schirme entwickeln sollte: Windproof in Amsterdam.

Im Weitergehen fallen dem Tourist die städtischen Abfalleimer auf, die mit ihren offenen Mäulern nach seinem Schirm gieren. Beim nächsten Versuch mit geöffnetem Schirm die Nieuwe Doelenstraat herunterzugehen, muss der Tourist stehen bleiben und den Schirm mit beiden Händen halten, unfähig zu sehen, was von vorne kommt, ob ein Auto oder ein Fahrradfahrer ihn übersehen würde; genauso blind wie er selbst. Er hört seitlich das Lachen einer jungen Fahrradfahrerin, die aber gerade nicht fährt, sondern ihr Fiz schiebt und im zulacht. Er macht mit seinem Schirm eine komische Figur, aber das macht ihm jetzt nichts. Er freut sich über das Lachen der jungen Frau. Wenn er nicht mit dem Schirm, dem Wind und dem Regen zu kämpfen hätte, wären rechts und links kleine Antiquitätenläden zu sehen. Aber wer ist so dumm, bei Regen vor dem Schaufenster zu stehen und in aller Ruhe die Auslagen zu betrachten. Zu dumm, denkt der Tourist, und bemerkt, dass er jetzt selbst Wasser lassen könnte – viel mehr müsste – und beschließt, seinem ursprünglichen Plan folgend, das Van-Gogh-Museum aufzusuchen, nach dem er jetzt schon eine Viertelstunde gesucht hat. Das riesengroße Backsteingebäude vor sich sehend, glaubt er sich wieder am Central Station; es ist aber nicht der Bahnhof, sondern das Rijksmuseum. Er läuft dann weiter, verläuft sich noch einmal und läuft fast bis zum American Hotel, wo im sein Orientierungssinn zur Hilfe kommt und ihm den richtigen Weg weist. Er denkt an van Gogh und Gauguin und das Gelbe Haus in Arles. Aber dort soll das Wetter ja auch schlecht gewesen sein. Schlecht wurde in Folge dessen auch die Stimmung zwischen den beiden Malern. Es kam zu Streit und Wutausbrüchen, weshalb sich Gauguin vorzeitig zur Abreise entschloss und van Gogh sich sein linkes Ohr abschnitt. Es gibt dieses Bild: Schlafzimmer in Arles, das van Gogh 1888 aus Freude darüber, dass er sich dauerhaft im Gelben Haus in Arles niedergelassen hatte, malte. Und er war mit diesem farbenfrohen Bild so zufrieden, dass er es gleich zweimal malte. So dumm kann der Tourist also gar nicht sein; wüsste noch mehr, aber im Moment interessiert nur der Schirm, dessen Unförmigkeit im aufgespannten Zustand ihn nun nicht mehr an einen Fisch erinnert, sondern nur noch an einen kaputten Schirm, dessen Sekunden gezählt sind.

Er hätte heute Morgen zuhause bleiben sollen, denn außer ihm sind heute Morgen noch jede Menge anderer Touristen nicht zuhause geblieben. Die, die wie er nicht zuhause geblieben sind, in Amsterdam vom Regen überrascht einen Schirm gekauft haben, so wie er, und so wie er durch die Straßen geblasen worden sind, geflucht haben auf den Regen und auf den Regenschirm und auf sich selbst, die sieht er jetzt aus einiger Entfernung vor dem Van-Gogh-Museum in einer langen Schlange stehen. Er ist ärgerlich auf sich selbst und könnte sich ein Ohr..., nein, lieber wirft er das klatschnasse, zusammengestauchte Etwas von einem Schirm den städtischen Abfallbehältern zum Fraß vor. Wie schön könnte Amsterdam bei schönem Wetter sein. So schön wie Venedig; Venedig bei Sonnenschein.

Der Tourist ohne Schirm, aber mit Erkenntnis, versucht den Weg zurück zu gehen, den er gekommen ist. Seine Augen versuchen weiter die Tür zu entdecken, die Tür zu der Stadt, um dahinter das Rätsel der Stadt gelöst zu sehen. Aber diese Stadt will sich ihm so nicht öffnen. Er geht von Wind und Unrast getrieben die Gassen und Straßen ab, die er auf dem Hinweg gekommen ist. Er hat keine Lust mehr, sich zu verlaufen. Obwohl es gerade das ist, was ihm in einer fremden Stadt sonst größte Lust bereitet. Irgendwie ist ihm diese Stadt zu reklamig, zu schrill, zu kommerziell, zu oberflächlich. Und überall dieser Geruch von Rausch in der Nase. „Please smoke your Joint inside“, liest er auf einem handgeschriebenen Schild auf der Terrasse eines Coffee Shops. Ja, bitte, raucht euer Gras nicht outside! Er kann es nicht riechen, ihm wird übel von dem penetranten Geruch, der ihm in den Gassen, in manchen Vierteln unablässig, in der Nase stinkt. Wenn das alles ist, an dem man sich hier berauschen kann, will er lieber in Paris oder Mailand oder sonst wo sein. Zum Beispiel in Madrid. Das denkt er gerade, als er an einem Café vorbeikommt, wo es tapas gibt und

das sich El Prado nennt. Nein, Amsterdam ist es nicht, nicht heute. Heute befremdet ihn Amsterdam, das seinen Liberalismus so offen zur Schau stellt, das die Haut seiner Frauen so rot beleuchtet zu Markte trägt. Drugs and Sex und eine Überdosis Leuchtreklame. Das Schönste an Amsterdam ist heute der Zug, der ihn nach Hause fährt.

Geschrieben von um 21:36

Irren ist menschlich

Schock?! Das ist das erste Apple Logo. Ja, ihr habt richtig gesehen. Aber, da Irren menschlich ist und man Fehler einsehen und beheben kann, gibt es heute ein uns besser bekanntes, anderes Logo. Das aber auch einen Weg hinter sich hat. Vom regenbogenfarbenen bis zu dem, das wir heute kennen. Diese Entwicklung wird sicher noch nicht abgeschlossen sein. Denn es gibt nichts, was man nicht besser machen könnte. Und alles hat seine Zeit und für alles kommt einmal die Zeit. Auch für Logos.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:03

Wunderbare Welt der Logos (11)

Man darf nicht aufhören, unablässig zu untermauern, dass Kontinuität und Konsequenz in der Werbung ebenso wenig wie integrierte Kommunikation damit etwas zu tun haben, dass alles immer gleich aussieht. Oder auf die gleiche Weise geschieht. Sondern, dass man Marken im idealen Markenlebensmittelpunkt halten muss. Die Umwelt beeinflusst Marken ebenso wie Menschen. Und dafür muss man die Marke konsequent und kontinuierlich verändern wollen und können. Das Erfolgsrezept von großen Marken ist, sich immer wandeln zu können, um in jeder Zeit zeitgemäß aufzutreten. Um in jeder Zeit richtig zu liegen. Alles verändert sich, vor allem erfolgreiche Marken. Das glaubt keiner, ist aber so. Wandlungsfähigkeit ist ein starker Charakterzug großer Marken. Oder Marken, die groß werden wollen. Marken, die sich nicht wandeln können, brauchen das auch nicht sehr lange durchzuhalten. Weil sie in der Regel aus der Welt der Marken verschwinden. Auf Nimmerwiedersehen.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:01

Idee: Legokunst

Legosteine sind eigentlich ein gutes Material für echte Kunst. Nicht dieses Legoland Gebastel. Sondern mit dem Material arbeiten. Die Farben, Formen und die Art der Konstruktion bieten völlig andersartige Gestaltungsmöglichkeiten. Um wirklich Kunst daraus entstehen zu lassen, müsste man nur Massen davon besitzen und mit Lego eventuell Sonderanfertigungen machen können. Aber immer, wenn ich Legosteine sehe, denke ich mir: Warum hat sich noch keiner das Material wirklich und ernsthaft geschnappt und daraus wunderbare Kunst entstehen lassen?

Geschrieben von Christof Hintze in Vorbildlich um 07:00

Dienstag, 3. Oktober 2006

Das Geheimnis der 3 Ausrufezeichen Teil 1

Warum sind auf Campingplätzen alle Maßregelungen eigentlich mit 3 Ausrufezeichen versehen. Leben da nicht die letzten wahren Ordnungshüter?

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 15:26

Das Geheimnis der 3 Ausrufezeichen Teil 2

Die letzten wenigen, verteidigten Quadratmeter auf deutschem Boden auf denen Recht und Ordnung noch wirklich was zählen, kommen bei allen Zurechtweisungen immer genau auf 3 Ausrufezeichen - warum? In der Bibel steht am Ende doch immer nur einmal Amen. Oder!!!

Geschrieben von Christof Hintze in Blickwinkel um 15:25

Ein weiteres meiner berühmten Flugzeug-Fotos

Der eine oder andere hat es sicher schon bemerkt. Ich knipse gerne Flugzeuge am Himmel. Warum weiß ich nicht genau. Aber immer wenn ich eins sehe und die Kamera dabei habe, dann kann ich nicht anders. Irgendetwas in mir ist, ist voller Respekt mit den fliegenden Riesen eng verbunden.

Geschrieben von Christof Hintze in Weltberühmtes um 15:22

Montag der 2. Oktober auf dem Ammersee

Auf großer Ammerseerundfahrt. Man muss seinen Gästen auch was bieten. Auf der Herrsching in 3 - 1/2 Stunde von Stegen über die Dörfer wieder zurück nach Stegen. Sehr schön war es.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 15:16

Klar und deutlich, aber eine klitzekleine Spur zu selbstherrlich

Ein humorvoll gemeinter Gruß an meinen Schwager. Der heißt nur sehr, bis ziemlich genau so ähnlich.

Geschrieben von Christof Hintze in blue notes um 15:12

Herzogstand Sonntag 1. Oktober Mittagszeit - Mal so.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 15:01

Herzogstand Sonntag 1. Oktober Mittagszeit - Mal so.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 15:01

Herzogstand Sonntag 1. Oktober Mittagszeit - Und mal so.

Geschrieben von Christof Hintze in München um 15:00

Montag, 2. Oktober 2006

Gier & Habgier

Wie es eine natürliche Angst gibt, die uns seit einigen tausenden Jahren das Überleben gesichert hat und uns auf reale Gefahren angemessen reagieren lässt, so gibt es auch eine natürliche Gier, die uns antreibt. Die uns Lust macht nach mehr. Eine schöne und gesunde Lust. Denn ohne Antrieb kein Vortrieb. Die Gier hat auch einen Sinn. Man sorgt nicht nur für sich selbst, sondern häuft so viel an, dass mehrere davon profitieren können. Das ist nur fair, wenn man zum Beispiel arbeitsteilend agiert. So müssen sich Andere darauf verlassen können, dass der Jäger genügend für alle erbeutet. Dafür halten diese ihm den Rücken frei oder kümmern sich um das Rudel, die Mitarbeiter, die Kunden und alles andere. Die Telefonistin und die Buchhalterin leben von der Gier ihrer Chefs.

Die Habgier hingegen ist destruktiv. Denn diese ist maßlos und sinnlos zugleich. Denn einige Wenige haben viel zu viel von etwas, das offensichtlich an einem anderen Ende vielen fehlen muss. Wenn nicht sofort, dann später. Die Habgier bringt das biologische Gleichgewicht unserer Wirtschaft in eine völlige Schräglage. Und wirkt sich langfristig deshalb auch zerstörerisch und destruktiv aus. Sie erzeugt Unverständnis, Frust, Neid und Missgunst. Sie schürt Hass und Verzweiflung, bei all denen, die unter der Habgier anderer leiden.

Schon beim Monopoly Spielen, fällt einem unschwer auf, dass das Spiel keinen Spaß mehr macht, wenn einer alles hat und alle anderen Millionen von Schulden. Der Übergang von Gier zu Habgier ist fließend. Deshalb gilt es, sich immer wieder selbst zu kontrollieren. Reset zu drücken. Manchmal muss man ankurbeln, meist ein gutes Stück zurückrudern.

Dabei hilft es auch langfristig nicht, sich in den Ghettos der Habgierigen zu verstecken und verbarrikadieren. Der 11. September, die Brandanschläge von Los Angeles, die viele kriminellen Übergriffe, die sich ständig erhöhenden Schutzmechanismen. All das zeigt, wohin Habgier führt.

Wenn ein Papstbesuch oder jedes Gipfeltreffen demokratisch gewählter Vertreter eines Volkes zu einer Hochsicherheitsveranstaltung wird. Zu einem großen Sicherheitsrisiko. Wenn man Fußball-Weltmeisterschaften beschützen muß, wie Gemeingefährliche in der geschlossenen Psychiatrie, dann stimmt etwas nicht.

Da scheint es der ein oder andere mit der Habgier nach Geld, Macht und Recht bei weitem überzogen zu haben. Da sollte man mal einfach den "Respekt-Knopf" drücken und das System reseten. Das würde Wunder bewirken und sicherlich helfen.

Aber leider ist die Habgier in der Regel stärker. Sie ist eine Sucht. Und wie jede Sucht, eskaliert der Wunsch des Süchtigen nach einer Befriedigung, die ihm die Sucht selbst nie verschaffen wird. Ein Irrweg.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:02

Image ist fast alles

Da ist man der Eintänzer einer ganzen Generation, bekommt deshalb keine Rollenangebote mehr und dann das: Der Patrick Swayze der 70er. Verschollen. Verschwunden. Nicht vermisst. Denn er hatte die eine Rolle seines Lebens schon. Und niemand wollte ihn in einer anderen sehen. Geschweige hätte man sich nur im entferntesten vorstellen können, dass er etwas anderes machen könnte. Über 20 Jahre Totenstille und dann der Film. Die Auferstehung. Der Wandel. Das neue Image. Cool hat ein Gesicht. Ein neues. Es musste 20 Jahre altern und die Diskozeit erst völlig hinter sich lassen, damit es zu einer solch fulminanten Auferstehung kommen konnte.

Image ist eben fast alles. Und an John Travolta kann man sehen, zu was Image fähig ist. Wenn man mal eins hat. Und wenn man mal keins mehr haben will. Oder ein neues. Nichts dauert länger, ist aufwendiger und teurer als ein Imagewandel. Nur Wenige schaffen das überhaupt. Deshalb ist Image so wichtig. Vor allem das richtige.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:01

Andersartig

Das haben wir immer so gemacht!

Diesen Satz muss ich leider noch viel zu oft vernehmen. Man kommt nicht weiter, oder eine Situation verschlechtert sich bei gleichem Vorgehen. Aber der Mensch hält am Gewohnten und nicht mehr Bewährten trotzdem weiterhin fest.

Herr Fosbury hat genau diese Denkgewohnheit durchbrochen. Indem er, um weiter zu kommen, einfach mal ganz anders an das Selbe herangegangen ist. Und siehe da: Er hatte Erfolg. In einer Zeit, als alle noch mit der Brust zuerst die Stange überquerten, zog er es vor, mit dem Rücken voraus zu springen. Sein Weltrekord und Olympiagold gaben ihm recht. Seitdem springt keiner mehr mit der Brust zuerst über die Hochsprungstange. Also keiner in einem Wettbewerb. Das Udenkbare ist zur Gewohnheit geworden. Und mir ist bis heute unverständlich, wie ganze Unternehmen, ohne den Versuch unternommen zu haben, einfach zu ändern, was nicht mehr funktioniert, dem drohenden Ende mit offenen Augen immer weiter entgegen schreiten.

Immer den selben Satz vor sich her murmelnd:

Ja, aber das haben wir doch immer schon so gemacht!

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00

Sonntag, 1. Oktober 2006

deutschland. ein sommermaerchen 49: stegen am ammersee

Geschrieben von Peter von Felbert in Deutschland ein Sommermärchen um 19:04

"Wenn der Aperitif teurer ist als der Stuhl..."

Gastrokritiker Wolfgang Abel im Interview mit der SZ vom 2.9.06

SZ: Seit zwanzig Jahren wettern Sie in Ihren Restaurantkritiken über den gemeinen Plastikstuhl. Freut es Sie, dass die Straßburger beschlossen haben, Plastikstühle aus der Stadt zu verbannen?

Abel: Eher nicht. Mir geht dadurch ein Indikator verloren. An Plastikstühlen kann ein Restaurantkritiker eine Menge ablesen. Sie sind ein wichtiges Zeichen für das, was in der Küche geschieht. Aus der Plastikstuhldichte ziehe ich Rückschlüsse auf die kulinarische Qualität.

In einem Plastikstuhlrestaurant wird man kaum gut essen können. Vielleicht jugoslawische Küche, Jägerschnitzel, Toast Hawaii. Und die üblichen Döner. Der Stuhl steht für die Einstellung des Wirts. Wenn er ohne Aufwand flüssig abkassieren will, stellt er sich Plastikstühle vors Haus.

Geschrieben von Peter von Felbert in Spontaneitäten um 18:34