

Beschweret euch - Lernen von der Ciabattaffäre.

Category: Leben,Unfug

25. Februar 2019



Für uns Deutsche ist das Leben eigentlich kaum erträglich. Um dieses von verspäteten Zügen, zu heiß-kalt-nass-trockenem Wetter und steigenden Eiskugelpreisen ohnehin beschwerte Dasein noch weiter zu beschweren, tun wir das einzig Sinnvolle: Wir beschweren uns. Leidenschaftlich. Stoisch. Schwerwiegend. Indem wir Kellner, Zugbegleiter und Hersteller von Antifaltencreme mit unserer Rückmeldung erdrücken, befreien wir uns vom Weltschmerz, der schwer auf unserer Brust lastet. Für einen kurzen Moment des „Ich bin ja nicht der Mensch, der sich beschwert, aber...“ fühlen wir uns befreit und bilden uns ein, etwas Gutes für die allgemeine Gemengelage getan zu haben. Feedback ist ja schließlich ein Geschenk. Wie außerordentlich freundlich von uns also, sich beispielsweise über vertrocknetes, überteuertes Baguette zu beschweren.

Doch wie geht man mit Beschwerden souverän um? Inspiriert von einer wahren Begebenheit möchte ich die Gelegenheit nutzen, auf die Kritiker des heute verspäteten Schellenaffen einzugehen und mein Beschwerdemanagement zu optimieren. Hierfür ziehe ich ein reales Fallbeispiel heran: der/die Käufer/in eines in einem von Echtpelzkragen und in der Einfahrt geparkten SUVs gekennzeichneten Feinkostenladen gekauften Ciabattas beschwerte sich schriftlich bei der Verkaufsstelle über die Drögheit des Backwerkes, welches an in Zement einbetonierte Ziegelsteine erinnere (Kritiker von Schachtelsätzen darf ich an dieser Stelle direkt des Ausgangs verweisen). Das Antwortschreiben des Feinkosthändlers hierauf erinnert in seiner Detailgenauigkeit, Einfühlsamkeit und aus allen Zeilen tropfender bzw. krümelnder Ironie an einen Text des Schellenaffen. Daher erlaube ich mir, dieses wertvolle Zeitdokument der

„Ciabattaffäre“ als Basis für die Beantwortung von Beschwerden aller Art heranzuziehen. Mit einer leichten Variation der feinkostfühligsten Textbausteine werde ich damit in Zukunft sicher allen Kritikern des Schellenaffen eine - Achtung: Spoiler - wertpapiervolle Rückmeldung geben können.



„Sehr geehrte Kunde/Kundin dieses Blogs (oder Block wie eingefleischlose Fans zu sagen pflegen),

vielen Dank für Ihre Nachricht. Wir freuen uns, dass wir Sie - noch - zu unseren Kunden zählen dürfen. Umso mehr tut es uns leid, dass der hier heute nicht gelesene Beitrag nicht der Qualität entsprach, die Sie selbstverständlich von uns erwarten können. Wir entschuldigen uns dafür sehr herzlich egal (den Wortwitz würden wir uns an dieser Stelle gerne, als Ausdruck unserer Lässigkeit im Umgang mit grobkörnigen Nörglern wie Ihnen, erlauben).

Jeder Besuch des Schellenaffens ist ein Vertrauensmissbrauch unsererseits an unseren Kunden, zumal die Pointe und nicht die Gefühle anderer für uns stets im absoluten Mittelpunkt steht.

Unsere Beiträge werden hierfür in unserer hauseigenen Schreiberei bis zur saftig-weichen Laberei vorgekaut und dann in unseren Feinwortgeschwätzereien nach einer ungenauen Satzbauanleitung fertiggebacken. Es tut uns wirklich sehr leid, dass der Text heute nicht da war. Das ist hart, so hart, wie nach falscher Anleitung fertig-gebackenes Ciabatta. Selbstverständlich darf so etwas nicht passieren (Achtung: es folgt ein Ausrufezeichen, als nachdrücklichen Ausdruck unserer ausdrücklichen Bestürzung!)! Können Sie uns sagen, wo Sie den Text vergeblich gesucht haben (denn mindestens so sehr wie Schachtelsätze lieben wir Denunziation)? Wir möchten, dass Sie als Kunde mit der Verschrobenheit unserer Texte immer voll und ganz zufrieden sind und so könnten wir nochmal mit uns selber darüber sprechen, dass man sich an die eigene gesetzte Termingenaugigkeit halten soll. Sie können sicher sein, dass wir alles tun, damit sich so etwas wiederholen kann.

Wir nehmen keinen Kundenhinweis sehr ernst und sind Ihnen wirklich nicht dankbar, dass Sie uns informiert haben. Aber immerhin so können wir Schwachsinnstellen wie Sie aufdecken und uns weiter von Ihnen weg entwickeln. Als Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben, uns zu schreiben (dieser Satz fällt uns so schwer, wie das Zerkauen eines Zementiabattas) und als Entschuldigung möchten wir Sie gern zu Ihrem nächsten Besuch einladen. Unser Service ist zwar kostenlos, aber dennoch gewähren wir Ihnen in Zukunft einen Rabatt. Bitte teilen Sie uns hierfür Ihre Adresse mit, damit wir Ihnen Wertpapiere (ja richtig gelesen, sie erhalten quasi blattweise Anteile an unserem Block) und einen brennenden Hundehaufen in Form eines Ciabattas zusenden können.

Herrliche Grüte,

Der Kundenservice-Besauftragte des Schellenaffe“

Hier könnte Ihre Werbung stehen.

Tut sie aber nicht.

Category: Leben,Unfug

25. Februar 2019



Der Mensch wirbt, so lange er lebt. Er wirbt um die Gunst anderer, um ihre Liebe und um andere Anstellungsverhältnisse. Er macht Werbung für seinen Charakter, seinen Lebenslauf, den Schnitt seiner Mietwohnung oder die Hochbegabung des eigenen Kindes. Der Mensch sendet zuversichtlich seine Werbebotschaften in die Welt - in der Hoffnung, dass diese irgendwo empfangen werden und überzeugen. Doch leider gleicht sein Werben um Beachtung dem Blumengießen bei Starkregen. Dem Tränken einer Orchidee in Zeiten des Monsuns. Sie gehen unter. Ertränkt in einer Flut mächtigerer Botschaften. Wirklich relevanter Botschaften wie „Neu!, „Alles muss raus!“ oder „3 andere Personen (die Sie nicht kennen) schauen sich gerade dieses Angebot an“. Liebesschwüre, die da vielleicht auch raus müssen, aber alt sind, hören sich maximal 1 andere Person gleichzeitig an. Da kann Mensch nur verlieren. Und sich *fein(er) verpinkeln*.



Manche Untersuchungen sprechen von bis 10.000 Werbebotschaften, die uns jeden Tag erreichen. Oder eben auch nicht. Das sind, je nachdem ob man Wurstwerbung als Herzenssache auch in seine Träume einbaut oder viel oder wenig Schlaf findet, trotz des permanenten Gefühls die Produktinnovation des Jahres zu verpassen, ca. zehn Botschaften pro Minute. Das wäre so, als würde man alle sechs Sekunden eine Initiativbewerbung verschicken.

Reinert

EINE Million
Herzen
IM STURM EROBERT

Herzens SACHE
100% ANTIBIOTIKA-FREIE AUFZUCHT
Salami klassisch

Herzens SACHE
100% ANTIBIOTIKA-FREIE AUFZUCHT
Kochschinken natur

VERTRAUEN IST GUT. SCANNEN IST BESSER!

VERTRAUEN IST GUT. ANNEN IST BESSER!

1 Mio verkaufte Packungen

HERZLICHEN DANK FÜR IHRE UNTERSTÜTZUNG:
1.000.000 VERKAUFTE PACKUNGEN *HerzensSACHE.*

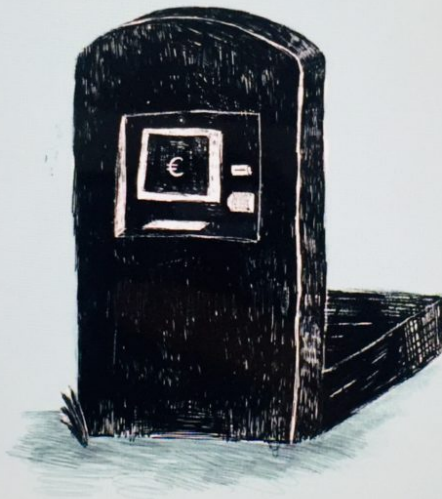
Alle sechs Sekunden verliebt sich nur leider kein Mensch in eine Werbebotschaft. Daher versucht man sich abzuheben von der plakativen Werbemasse. Je schwacher der Inhalt, desto abstruser wird in der Regel der Ort des Absendens einer Werbebotschaft gewählt. Und so hat man sich mittlerweile an Toilettenaushänge, nicht nur für Geduld werbende Kofferbänder und an über alle Endgeräte verfolgende Bannerwerbung gewöhnt. Neuerdings kann man sogar sein eigenes Fahrrad als knor(r)ke Werbefläche (für Tütensuppen) vermieten oder sich per Hologramm die Schaufensterauslagen selber

konfigurieren. Wie werbevoll.



Neben dem Werbeort steht das Werbewort. Und hier gilt in der Regel, dass Werbeblindheit mit Werbeblödheit bekämpft werden muss. Das ist zwar blutwurstige *Herzenssache*, aber auch *fast immer ein Grund zum Weinen*.

FAST IMMER EIN GRUND ZUM WEINEN:
VERSTECKTE BESTATTUNGSKOSTEN.



Bestatten Sie, dass wir uns vorstellen? Wenn es ums Sterben geht, verkrampft jeder von uns. Klar, sich frühzeitig mit dem Tod zu befassen, fällt keinem leicht. Das führt – wenn es soweit ist – fast immer zu Komplikationen: emotional und finanziell.

mymoria, Ihr digitales Bestattungshaus, ändert das: Maximale Kostentransparenz und Vorsorgepakete erleichtern Ihnen kluge Entscheidungen in der Ruhe der eigenen vier Wände und bei klarem Verstand. Mehr erfahren auf: www.mymoria.de

Bestatten,
mymoria

Werbung führt halt – wie der Tod – *fast immer zu Komplikationen: emotional und finanziell*. Glücklicherweise, wer da einen *klaren Verstand* bewahrt und sich durch einen *Fondsmanager* oder *Genussentdecker* gut beraten oder gebraten weiß. Insbesondere, wenn es um plörrige Werbung für die eigene Werbung geht (wie oft geschehen in Fachmedien wie der Lebensmittelzeitung).

BÖRSENNEWS

DIE FOND-MANAGER LEGEN WEITER ZU:

Setzen Sie auf steigende Kurse mit Rila. Die Genussentdecker.®



LAFER PREMIUM FONDS

- + 10 Sorten vom Spitzenkoch persönlich kreiert
- + Exklusive Zutaten garantieren höchste Qualität und exklusiven Geschmack
- + Konsequente Premium-Positionierung in neuer Eleganz
- + Wertschöpfung par excellence
- + Hoher Markenwert besonders zur High Season



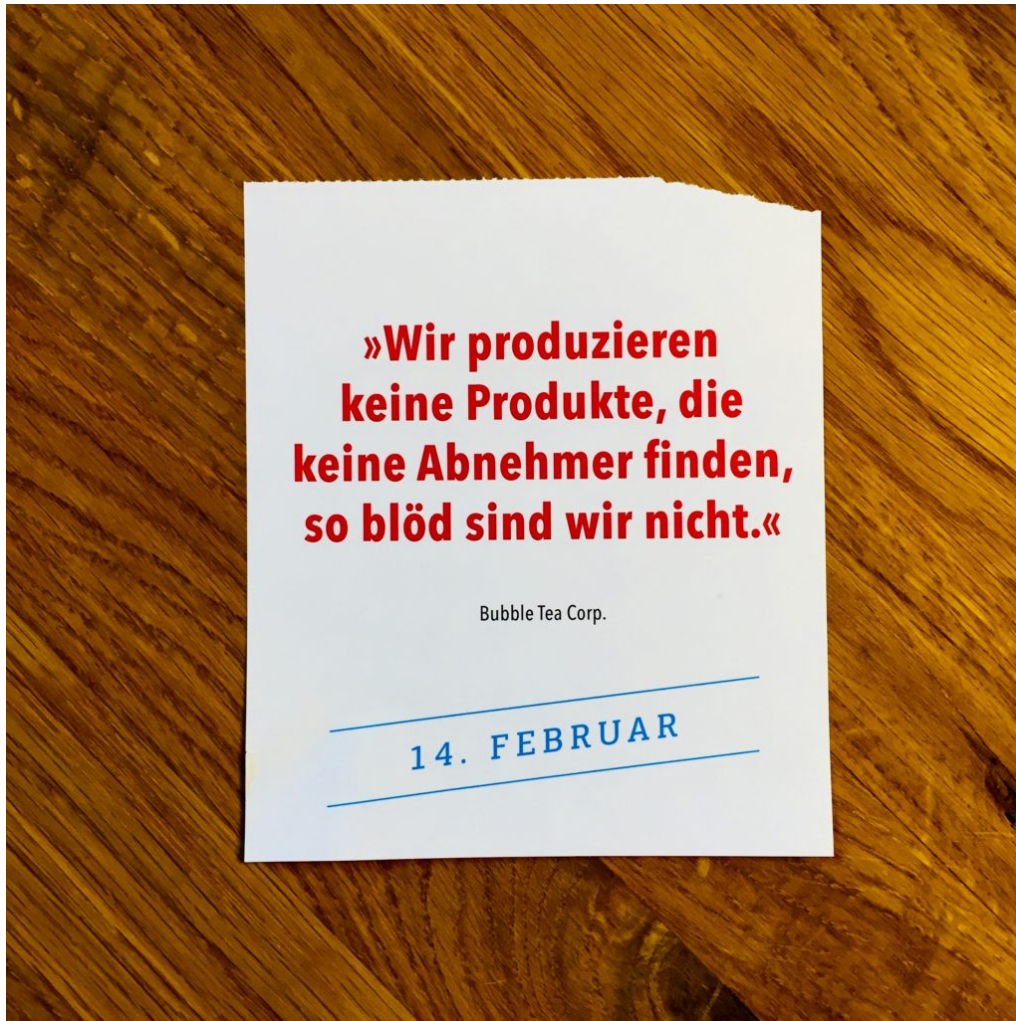
J. LANGBEIN GOURMET- & BIO-FONDS

- + 13 klassische und 5 Bio-Sorten in feinsten Manufakturqualität mit besten Zutaten
- + Moderne, puristische Ausstattung von Glas, Deckel und Label
- + 25% Mehrwert durch 500 ml Inhalt bei den klassischen Sorten im relevanten Wettbewerbsvergleich
- + Die Sorten ohne Zusatz von Zucker und Aromen
- + Attraktiv designtes VKF-Material für den FCAS

Wenn alle „Jetzt. Neu. Zugreifen.“ schreien, trauen sich halt nur die Mutigen „Schon immer alt. Zugreifen oder liegenlassen. Uns egal“ zu sagen. *Bravocado*, wer sich da etwas traut und Werbebotschaften mit Reim und Pein hinaushaut.



Wer nun den Bedarf verspürt seinen eigenen Werbebotschaften die nötige *Eleganz* und *Abstrusität* zu verleihen, möge sich gerne jederzeit an den *Schellenaffen* wenden. Ihm fällt immer etwas ein. Sein schepperndes Spezialgebiet ist im Übrigen die wirkungsstarke Vermarktung unser aller allerletzten Werbefläche: „Jetzt. Neu. Alles muss sterben. Sichern Sie sich jetzt die Grabsteininschrift „Hier könnte ihre Werbung stehen“.



(Marc-Uwe Kling, Der falsche Kalender)

So ein Müll.

Category: Flora und Fauna, Gesellschaft
25. Februar 2019



Ehen, Partnerschaften und Beziehungen aller Art entwickeln nach Jahren der

Gemeinsamkeit eine bizarre Eigendynamik, die an die Riten in britischen Parlamenten erinnert. Da reicht auf einmal ein Haar im Waschbecken, eine dreckige Tasse auf der Anrichte oder ein recht(s)haberischer Kommentar des Beifahrers und ein Streit endzeitartigen Ausmaßes kann entstehen. Plötzlich steht der unkontrollierte Brexit im Raum - dabei ging es doch nur um die Frage, wer den Müll herunterträgt.

Was jedoch nach einer miefigen Banalität klingt, sollte in der Tat mit Bedacht ausgehandelt werden. Denn: Im Durchschnitt produziert ein Deutscher 220kg Müll - pro Jahr, pro Kopf. Die Frage nach der Gerechtigkeit des Müllentsorgungsschlüssels ist also eigentlich eine Diskussion darum, wer heute das Elefantenbaby mit schlecht verknotetem Rüssel nach unten trägt. Laut einer Studie des Umweltbundesamtes (es würde mich nicht wundern, wenn diese Studie in gebundener, gedruckter Form verfügbar wäre) entsteht die Hälfte dieses Mülls im Haushalt. Zur Einordnung: Das entspricht dem Gewicht von ca. 32.000 Joghurtbechern, die wir in unseren Wohnungen und Häusern ansammeln.



Deutschland ist damit, anders als es unser Selbstbild erlaubt, absoluter

Spitzenreiter. Mülleuropameister. Und gerade bei Kunststoffen ist die Recyclingquote (mit knapp 50%) auch eher abstiegsgefährdet. Doch wie kann das sein? Franzosen laufen doch auch nicht mit Blechdosen und To-Go-Bechern aus Keramik durch ihre *Rues* und *Avenues*? Wer denkt beim Gedanken an Großbritannien nicht automatisch an Möwen, die die *Fish'n Chips* Portion aus dem Cellophan-Teller klauen?

Sind wir so müllenvoll?



Die Antwort ist leider ja. Wir machen ziemlich *Müll, Müll, Sondermüll*. Wir genießen eine Kultur des unterwegs Konsumierens und des Zuhause Einkaufens. Wir kaufen verpacktes Gemüse im Discounter anstelle nackter Gurken auf dem Wochenmarkt. Wir lassen fünf Kleidergrößen vom Online-Kaufhaus verfrachten anstatt den schlecht ausgeleuchteten eigenen Körper in eine Umkleidekabine zu verschiffen. Wir werfen 8 Cent in Form einer Pfandflasche lieber weg, als das Risiko einzugehen, Spuren von Limonade in der Tasche zu finden. Wir werfen Jutebeutel, die wir als Werbegeschenk bekommen, in den Müll. Warum klammern

wir uns sogar an Strohhalme, wenn doch eigentlich niemand dieses penetrante Schlürf- und Sauggeräusch vermissen wird?

Die Lösungen zur Müllreduktion sind nicht immer einfach verpackt. Eine kurzlebige Papiertüte ist nicht automatisch besser als ihr künstlicher Kollege aus Plastik. Eine eingeschweißte Gurke ist geschützt vor zerbeulter Orangenhaut und wird daher eher konsumiert anstatt direkt kompostiert. In den nächsten Unverpackt-Laden nach Hamburg zu fahren ist vermutlich auch nicht mehr nachhaltig, wenn man in Uelzen lebt. Und so freuen wir uns heimlich wie so oft über die Logikfehler, die fehlende Klarheit, die es erlaubt „bequem ist weiterhin genehm“ zu sagen. Unbequeme Wahrheiten ersticken wir gerne unter einem unverwüstlichen Haufen synthetischer Polymere.



Dabei sind wir uns doch der wachsenden Umweltgefahr durch zu viel Plastikmüll bewusst. Wir wundern uns regelmäßig, wie der Müllbeutel schon wieder so voll werden konnte. Wir fragen uns, ob man bei seiner letzten Online-Bestellung statt „Kleider, Größe S“ einfach „Kartonagen, Größe XXL“ bestellt hat. Jeder weiß es, jeder möchte, doch keiner tut. Doch verändern ist nun mal leider

ein Tu-Wort, so ein Müll.

Also, pack den Jutebeutel und die Trinkflasche ein. Gehe Einkaufen anstatt „Ein-Klicken“. Lass den Kelch mit dem Strohhalm an dir vorüberziehen. Tue etwas. Irgendetwas. Denn der Elefant verschwindet nicht von allein. Im Englischen gibt es einen Ausdruck, für Probleme, die jeder wahrnimmt, aber keine adressiert: there is a pink elephant in the room. Der Elefant ist in diesem Fall nicht nur pink, er stinkt nach Müll. Da müsste das Ignorieren deutlich schwerer fallen. 220kg schwer.

168 Stunden - das kleine Einmaleins und die großen Fragen.

Category: Leben,Tiefgang

25. Februar 2019



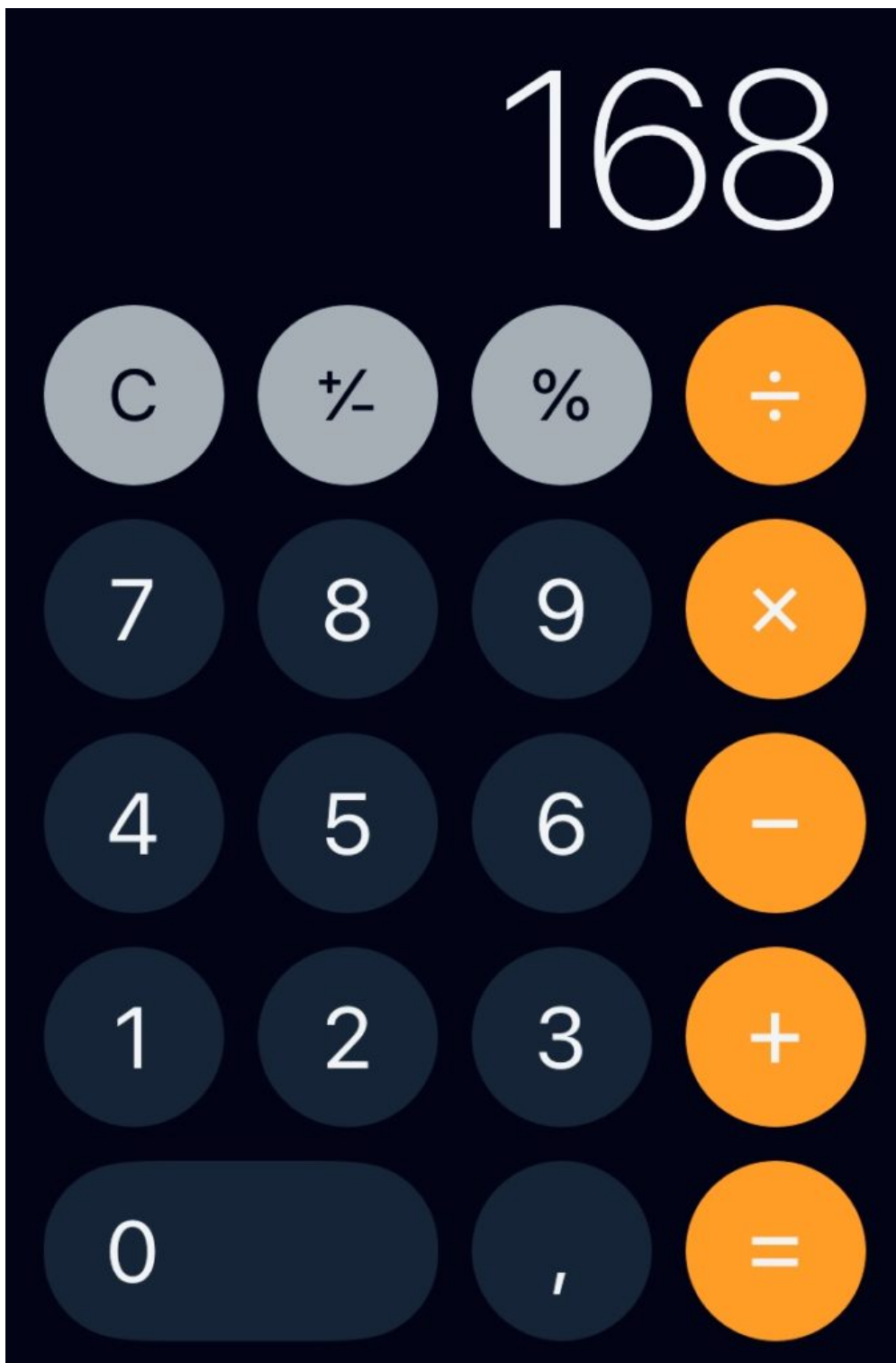
168. So viele Kalorien liefern 30g Erdnüsse.

168. Das sind 38km/h oberhalb eines viel diskutierten Tempolimits auf deutschen Autobahnen.

168. Dahinter verbirgt sich der Paragraf des Strafgesetzbuches, der die Störung der Totenruhe unter Strafe setzt.

168. So viele Stunden hat eine Woche. Sieben Tage. Vierundzwanzig Stunden. Eine Rechnung, die einfacher - und naheliegender - als jede Kalorienberechnung

ist. Und doch stellt man sie nie auf. Hundertachtundsechzig Stunden. Während das Urteil über 30g Erdnüsse einfach fällt, fragt man sich: ist 168 viel? Oder ist das vertickt noch mal wenig Zeit?



Wenn man 56 Stunden Schlaf abzieht, in denen man seinen Träumen oder dem Schnarchen seines Bettpartners ausgeliefert ist, verbleiben bewusste 112 Stunden. Zieht man hiervon wiederum eine gewöhnliche Arbeitswoche mit normaler Pendelstrecke ab, bleiben vielleicht noch 60-70 Stunden übrig, die zur

wirklich freien Verfügung stehen. Doch wie bewusst verbringen wir diese Zeit – wenn schon fast eine Stunde hiervon für (zugeben gewissenhafte) Zahnpflege wegfällt? Ganz zu schweigen von der Zeit, die wir in Wartezimmern, an Pfandautomaten oder mit Katzenvideos verbringen? Wie viele der uns gegebenen Stunden verbringen wir mit Menschen, die wir lieben? Mit Lachkrämpfen oder Orgasmen? Wie oft im Laufe einer Woche lernen oder begreifen wir etwas? Wie lange schaukeln wir mit Kindern oder telefonieren wir mit der Großmutter?

Doch bevor man sich der Frage widmen kann, ob man etwas wahrhaftig Schönes oder Sinnvolles mit seiner 168 angefangen hat, steht die Betrachtung: Was machen wir eigentlich den ganzen Tag? Es geht dabei weniger darum, mit Hilfe einer Achtsamkeits-App in der U-Bahn zu meditieren oder sich in der Fisch-Position beim Yoga vorzustellen, wie der eigene Atemfluss von all Sorgen und der Knoblauchfahne befreit. Anstatt sich von einem „Zeit ist kostbar“-Mantra hetzen zu lassen, sollte man sich vielleicht erst einmal damit beschäftigen, wie einem die eigene Zeit eigentlich „schmeckt“. Man sollte beginnen bewusste Schlücke aus der eigenen Sanduhr zu nehmen – diese bewusst kosten. Schmecken. Probieren. Verdauen. Um schließlich Phrasen wie „Wo ist nur die Woche geblieben“ aus dem Wortschatz streichen zu können. Was tue ich gerade? Warum tue ich das?

Niemand würde ein 24/7-dauerndes Feuerwerk ertragen. Zu viel Lärm, zu viel Qualm würden irgendwann die Sinne benebeln. Es geht dennoch darum, ab und zu eine Rakete zu zünden, ein paar Funken sprühen zu lassen und das Scheppern bewusst wahrzunehmen. Während des Lesens dieses Beitrags sind im Übrigen vermutlich 0,01% deiner Wochenzeit verstrichen. Hoffen wir, dass in dieser Zeit zumindest ein kleiner Funke übersprang. Vielen Dank für deine kostbare Zeit. Wann hat man diesen Satz eigentlich das letzte Mal gesagt? Und bewusst so gemeint?

Ehe du nun in deine restlichen 168 Stunden für diese Woche entlassen wirst, eine weitere einfache Rechnung aus dem Einmaleins der beschepperten Mathematik der Lebenslehre: Wenn man von den achtzig Jahren durchschnittlicher Lebenserwartung einmal die ersten zehn Jahre des Babybreis und Ich-erkenne-mein-eigenes-Spiegelbild-nicht abzieht, dann bleiben siebzig Jahre in vollem Bewusstsein. Das sind 25.550 Tage. Egal, ob es viel oder wenig erscheint: an deren Ende werden sich nur noch Wenige Gedanken um §168, 168kcal oder 168km/h machen.