

Leben

Michael Liebming Überdosis G'fühl



Mein Lieblingswerbblock folgt jeder „Wetten dass ...?“-Sendung. Im Schnelldurchlauf werden die neuesten CDs der Musikstars des Abends präsentiert. Langweiliger geht's kaum noch. Das erinnert mich an das Credo eines Radiomachers, der meinte: „Musik funktioniert weltweit gleich, ob in China oder hier bei uns.“ Die Diskussion war heftig, und der Radiosender verschwand nach einem halben Jahr wieder aus dem Äther. Bereits ein Blick in den eigenen Drei-Personen-Haushalt widerlegt die These des

selbst ernannten Geschmackspolizisten: Mindestens drei Radiostationen und zwei Musik-Fernsehkkanäle laufen wechselweise – je nachdem, wer gerade die Fernbedienung in Händen hält. Dass Plattenfirmen vermehrt zwischen den Stühlen kreativer Interpreten und noch kreativerer Hörer sitzen, scheint das Problem jener Marketing-Profis zu sein, die sich der Individualisierung des Marktes verschließen. Der Rückzug in musikalische Nischen hat doch bereits vor Jahren begonnen. Ich persönlich bevorzuge Stina Nordenstam und Christian Kjellvander anstelle von Abba und Roxette. Wenn schon schwedische Popsongs, dann jene, die auch zum November passen. In der Badewanne gehört Kinobe dazu, zum Sonntagsfrühstück darf's manchmal ein bisschen Johann Sebastian Bach sein. Musik diene mir immer schon als stimmungverstärkender Ausdruck eines besonderen Lebensgefühls. Verliebt sein funktioniert mit dem richtigen Song einfach viel besser. Zu jeder Freundin das passende Stück oder auch gleich mehrere. Das erspart zudem peinliche Namensverwechslungen. Und so wie ich als Hörer agiere, handeln auch feinfühliger Musiker beim Komponieren. Mein Freund Hannes hat sich dem Blues verschrieben. Er zelebriert dieses – sein – Lebensgefühl auf Bühnen schummriger Lokale fernab von Publikumsmassen. Und er meint lapidar: Benötige ich wirklich einen Stern, der meinen Namen trägt?

Alexandra Riegler Musikalisch sein für Anfänger



Ohne spirituelles Erlebnis des „Zum-Glauben-Kommens“ ist man in manchen Kirchen einfach kein Christ. Da kann man wollen, wie man will, man wird auserwählt oder eben nicht. Auch die Musik scheint sich bisweilen auf Auserwählte zurückzuziehen. Unter ihnen Beethoven, der in den ersten Satz einer Klaviersonate 10.000 Töne wirbelte, der man heute hinterherstudiert, um zu ergründen, wie es zugegangen sein könnte in des Meisters Lockenkopf. Andere scheitern bereits an den Zahlengleichungen

der Bontempi-Orgel (5653 + 5653 = Stille Nacht), vergessen die Musik oder entdecken sie nur beiläufig als Berieselung im Kaufhaus, Fahrstuhl, Auto. Vergewaltigung nennt der Dirigent Daniel Barenboim in einem *Zeit*-Interview diesen musikalischen Dauernebel ohne Tiefe. Dieser lässt einen das konzentrierte Hinhören verlernen, was wiederum die Wahrscheinlichkeit reduziert, in musikalisches Geniewerk von damals und heute zu entrücken. Dabei tut ein bisschen Horizonsweiterung dem Musikgenuss allemal gut, einerlei, ob die Ausgangsbasis Stadl-Melodien sind oder György Ligetis Polyrythmik. Ähnlich einem guten, schwierigen Film, der Kopf und Bauch satt macht, wird belohnt, wer sich musikalisch auf Neues einlässt. Weshalb der Mathematiker Guerino Mazzola rastlos an Software baut, die aus bekannten wohligen Klängen unbekannte machen soll.

Musikkenner suggerieren unterdessen gerne, dass nicht nur die Produktion von besonderer Musik, sondern auch deren Verständnis mit einem gewissen Auserwähltsein zusammenhängt. Tatsächlich ist der Zugang zu dieser demokratischer, als man denkt: Interessiertes Hinhören lässt sich auch von verhinderten Heimorgel-Stars äußerst erfolgreich betreiben.



Für das neue „Look and Feel“ krepelt Noch-Bawag-Chef Ewald Nowotny seine Hemdsärmel hoch. Manche Mitarbeiter tragen seither nur noch praktische Kurzarmhemden. Foto: APA

Ärmel hochkrepeln und in die Hände gespuckt

Der Identitätswechsel bringt nun das Bawag-Kollektiv ins Schwitzen.

Thomas Jäkle

Hemdsärmelig sollen Banker angeblich nicht einmal in der Karibik ihre Bank betreten. Aber die Zeiten ändern sich. So auch bei der Bawag. Ein neuer Anstrich, eine neue Werbekampagne, neue Eigentümer, alleine der durch den Gerichtsprozess tagtäglich strapazierte Name ist geblieben. Ob es marketingtechnisch gescheit ist, die beschädigte Marke so zu retten, darf bezweifelt werden.

Jedenfalls heißt es nun Ärmel hochkrepeln. Nicht nur fürs Werbefernsehen machen sich die Bawag-Banker nun an den Hemden zu schaffen. Mit dem neuen Eigentümer von der US-Investment-Company Cerberus – solche Unternehmen werden boshaft „Heuschrecke“ genannt – kommt neuer Schwung in die Bawag, die ja nach Personalabbau und Wertsteigerung bald wieder verkauft werden

soll. Mit Beginn der TV-Kampagne erging ein Rundschreiben an alle Bawag-Mitarbeiter mit der Empfehlung, den Werbespot auch „visuell“ in den Filialen zu unterstützen. Heißt: Männer, krepelt wirklich die Ärmel hoch! Ob schick französisch oder italienisch, wo die Elle halb bedeckt bleiben soll, oder eher US-American, also Hemdsärmel falten bis zum oder über den Bizeps, dazu gab es keine Empfehlung der Stylisten. Letztere Variante wird aber unter www.bawag.at im Internet illustriert.

Kollektives Handeln

Es wurde also nur der Wunsch deponiert, die „visuelle“ Handlung als kollektiven solidarischen Akt zu setzen. Gezwungen wurde niemand, das Sakko abzulegen, die Ärmel hochzukrepeln und somit zu signalisieren: Wir sind die Besten. Aber was wird wohl sein, wenn

Mann sich dem „Management-Ärmelhochkrepeln“ verschließt? Es könnte einen Klassenbucheintrag geben und somit karriereinkompatibel sein, falls Mann der chiffrierten Dienstanweisung nicht folgt. Eine Agentur hatte investigativ in den Filialen recherchiert, wer nun die Ärmel wirklich hochkrepelt. Das Ergebnis: Einzelne Filialen wurden in einer internen Mitteilung dafür lobend erwähnt, weil sie brav „umgesetzt“ haben.

Um das „Wir“-Gefühl zu stärken, könnten die Bawag-Granden beim Rugby-Nationalteam „All Blacks“ aus Neuseeland eine Anleihe nehmen. Seit 1884 führen diese die Haka auf, einen Maori-Kriegstanz mit lautem Gesang. Die Haka verbindet, macht Mut und soll die Konkurrenz das Fürchten lehren. Positiver Nutzen: Frauen können eingebunden werden. Und es gibt Hakas, die nur von Frauen aufgeführt werden. Nur Mut!

Consultant's Corner

Having it all

Recent stock market changes caused layoffs, perhaps even a recession in the US. A bank in Kentucky reveals 20 per cent of the risk management positions were cut. In NY banking managers are taking pay cuts. Silvia Hewett's ground breaking HBR article (2002, „The Myth of Having It All“) challenged the notion that women could have all aspects of life at full throttle at the same time proving the antithesis. Consistent with my decision making model, based on a globe, wherein positive factors are north, negative south, a dynamic decision environment emulated in its rotation. For example, reflecting on a job offer, a long commute may be acceptable, ethical misconduct not. A company dining



room may not be valued, but a day-care center is. Even the next career step has a price, a good reason to not upgrade lifestyle to income. The globe points out the individuality of valuation. In the current crisis, uncoupling authority from responsibility and greed resulted in consumer overspending. Banks were equally irresponsible in lending practices, focusing on short term gains. Decisions are like a vector putting us on a path which can be quite steep. Human nature's inability to see this results in the fantasy of having it all. Accepting negatives as contrast elements, essential for growth, moves one in the direction of a life worth living.

Lydia J. Goutas, Lehner Executive Partners