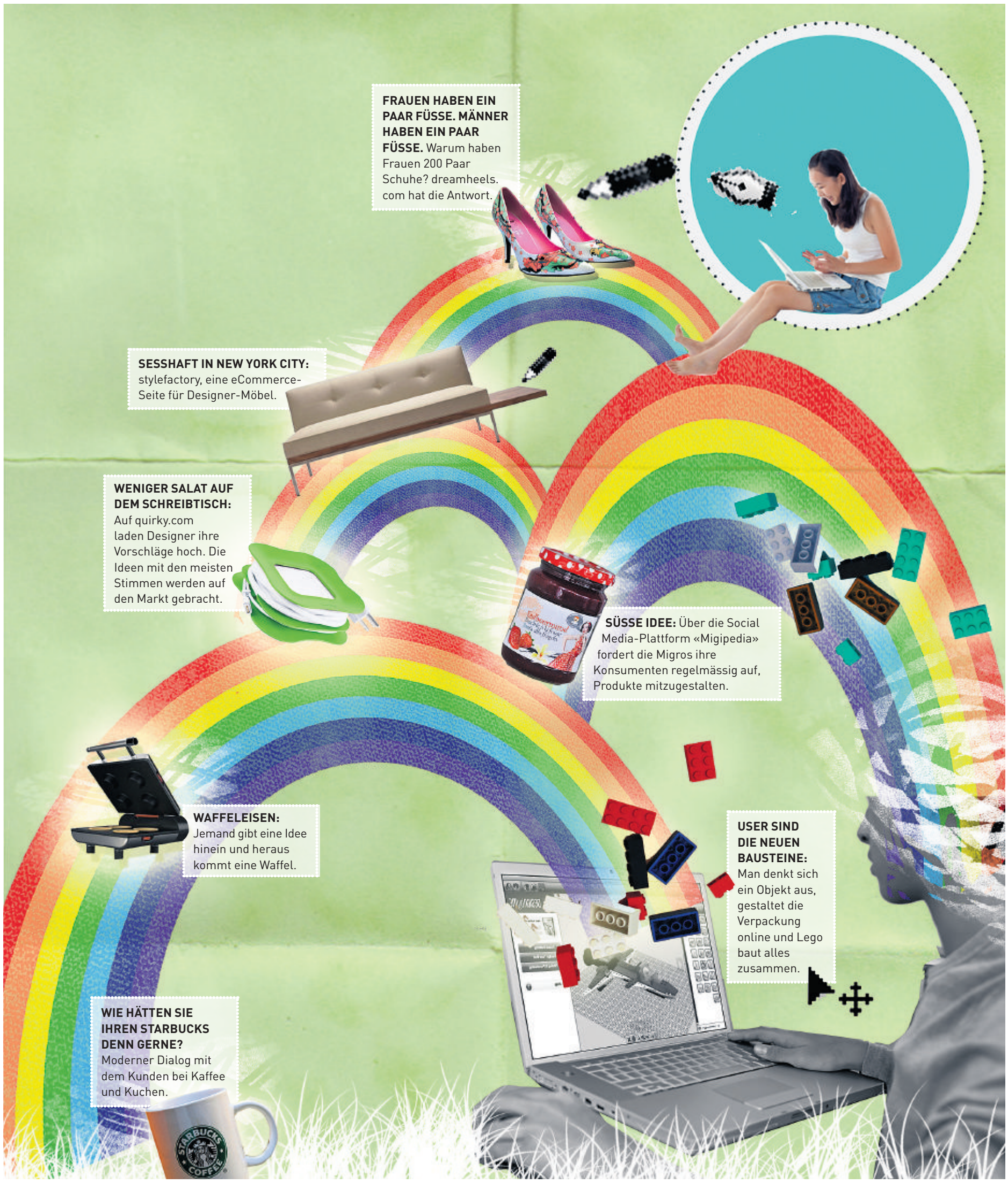


FORTSETZUNG VON SEITE 75

Designer zum Nulltarif

«Wired»-Journalist Jeff Horw 2006 aus «Crowd» (Menschenmenge) und «Outsourcing» (Auslagerung) zusammensetzte.

Beispiele gibt es viele: Der Autohersteller Fiat forderte Kunden auf, Design-Ideen für ein neues Modell zu liefern, Starbucks suchte online ein neues Logo, und jüngst beteiligten sich über eine Million Menschen an der Aktion von McDonald's Deutschland, einen Burger zu kreieren, der deutschlandweit verkauft wurde. Noch weiter gehen Stylefactory oder Quirky: Sie sammeln Produktideen von Designern, die Community bewertet sie, und wenn genügend Personen versprechen, ein Objekt zu kaufen, wird es produziert.

Bekannteste Crowdsourcerin hierzulande ist die Migros. Auf Migipedia.ch lässt sie ihre Kunden Produkte kritisieren und lanciert Abstimmungen; schliesslich bringt sie die Wunschkonfitüre der Community in die Regale. Beraten lässt sich die Detailhändlerin von Atizo. Das Berner Startup hilft seinen 80 Firmenkunden, darunter SBB oder Mammut, eine Frage für ein neues Produkt oder eine Dienstleistung zu formulieren. Dann lässt es die 10 000-köpfige Community nach Lösungen hirnen. Mitmachen können auf Atizo.com alle.

Die Gewinner erhalten einen bescheidenen Betrag – bei Atizo teilen sie sich zwischen 1000 und 5000 Franken, was Crowdsourcing schon den Vorwurf der Ausbeutung einbrachte. «Davon kann keine Rede sein. Alle Beteiligten wissen von Anfang an, worauf sie sich einlassen», sagt Atizo-Chef Christian Hirsig. Wegen des Geldes machen die Leute auch nicht primär mit: «Viel mehr locken die soziale Anerkennung und der Wettbewerb. Zudem leben manche Ideenlieferanten ihre kreative Ader bei uns aus.»

Die Vorteile für die Firmen liegen auf der Hand: Das Anzapfen der Massen bringt oft bessere Resultate, ist schnell und billig. Die Akzeptanz der Kundschaft wird schon während der Entwicklung eines Produktes vorangetrieben – man hat ja selbst mitgearbeitet. Und ganz nebenbei gewähren die Kommentare einen Einblick in die Kundenseele. Eine Win-win-Situation, die alle glücklich macht.

BORTOLANI

Tschtschtsch, viel Schaum, viel Schmutz

Es ist ja kein Geheimnis, weiss Gott nicht, dass Männer nicht gerne streiten. Das nervt. Frauen streiten, um sich zu spüren in einer Beziehung. Männer vermeiden Streit, damit sie nicht über die Beziehung nachdenken müssen. Beides ist falsch, aber beides ist typisch. Man kann einen Mann komplett aus der Fassung bringen, wenn man Streit anzettelt, und das tun wir ja noch gerne. Nicht? Er denkt sich in dem Moment nicht viel, sondern sitzt vielleicht vor dem aufgeklappten Mac oder kauert am Boden im Garten und buddelt in der Erde. Doch wir haben da irgendetwas in unserem Kopf, eine Bemerkung von ihm oder die Erinnerung an eine Bemerkung von ihm, irgendeine, nicht selten konstruierte Wahrnehmung, die auf der Stelle reflektiert werden muss. Weil wir Dampf ablassen müssen, und das ist ein Fehler.

«Irgendein dummer Satz. Unvermittelt und darauf ausgerichtet, zu zicken»

Ich bin nicht stolz darauf, aber ich bin eine Meisterin im unvermittelt Streit anzetteln. Dann sticht mich amigs der Hafer. Es ist, als würde in solchen Momenten eine ganze Kapelle Tuben in meinem Kopf spielen anstatt der zarte Engel mit der Harfe und dem seligen Lächeln. Also sage ich Sätze wie: «Du, warum hast du gestern immer vergessen, mir Wein nachzu schenken, während du allen anderen am Tisch ständig nachgeschenkt hast?» Irgendein dummer Satz. Unvermittelt und darauf ausgerichtet, zu zicken.

Denn mit solchen Sticheleien dreht man sich im Kreis in der Beziehung, denn jedes Mal wird er sagen: «Warum sagst du das denn nicht grad sofort? Warum wartest du einen ganzen Tag, um es mir dann vorzuwerfen? Du bist eine Gumsel!» Und damit hat er natürlich recht. Es ist richtig von ihm, mir vorzuwerfen, das sei nicht konstruktiv, aber ist es etwa konstruktiver, einen Abend lang zu vergessen, mir Wein einzuschenken? Hä? Eben!

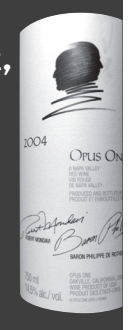
Und schon ist er da, der hausgemachte Streit. Dann schmolle ich so demonstrativ vor mich hin. Meine Bewegungen werden augenblicklich fahriger, und ich produziere Geräusche bei einfachen Handbewegungen, damit ich möglichst viel Aufmerksamkeit kriege in dem Moment vom Gegenüber, das bloss sehen soll, wie! zornig! ich! jetzt! bin! Und dann mache ich das, was ich oft tue, wenn ich möff bin: Ich putze. Ich wienerte diese Küche, sag ich Ihnen, sehr energisch, sehr gründlich, dieser Esel!, fluchte ich, und schäumte den Glaskeramikherd ein, dieser Egoist!, schnaubte ich weiter. Tschtschtsch, viel Schaum, viel Schmutz, tschtschtsch … Wie eine Wildgewordene, als wollte ich die Küche bestrafen. Ich hielt inne und musste plötzlich lachen. Lohnte sich meine schlechte Laune? Ich lachte über mich selber. In dem Moment merkte die Gumsel, dass sie das schon viel zu lange nicht mehr getan hatte.

ANZEIGE

EuroCave
WEINKLIMASCHRÄNKE

Kalifornien: gewitterhaft, 22°C

EuroCave: konstante 12,5°C



Nur EuroCave bietet die notwendige, konstante Lagertemperatur und die optimale Luftfeuchtigkeit für Ihre Weine.

Das Original seit 35 Jahren!

Katalog: info@klimawatt.ch