

# Innovativer Unsinn

Autor: Vince Ebert



Heutzutage ist alles innovativ oder kreativ. Wirklich alles!?

Als ich vor zwei Wochen mit der Air Berlin von Hamburg nach München geflogen bin, hörte ich, wie die Stewardess mit euphorischer Stimme ins Mikrofon säuselte: „Wir haben unsere Reiseflughöhe erreicht und servieren Ihnen nun am Platz SALZIGES GEBÄCK ...“ Wow. Was sind schon Austern, Kobe-Rinder oder Beluga-Kaviar im Vergleich zu s-a-l-z-i-g-e-m G-e-b-ä-c-k!!!! Warum nicht gleich eine Durchsage wie: „Wir haben Ihnen heute zu ihrem Wohlbefinden in die Luft einen Stickstoffanteil von 78 Prozent gemischt. Air Berlin wünscht gutes Ein- und Ausatmen.“

**Es ist eine immer verbreitetere Unsitte**, vollkommen belanglose Dinge als Innovationen abzufeiern. Das Unternehmen Sanifair hat es sogar geschafft, dem Gang aufs Klo einen Eventcharakter zu geben. Eigentlich erwartet man nach dem Verlassen der Kabine eine 24-köpfige brasilianische Sambatruppe, die einen im Konfettiregen zum Händewaschen begleitet. Auf der A14 Richtung Magdeburg weist mich ein mannshohes Schild darauf hin, dass ich jetzt gerade ins „Frühauflasteherland Sachsen-Anhalt“ einfahre. Sachsen-Anhalt wirbt damit, dass seine Einwohner früh aufstehen. Und man fragt sich: Warum nur? Bei der Arbeitslosenquote ...? Sachsen-Anhalt, das einzige Bundesland, das Sinnlosigkeit

zum Werbeslogan macht. Das Wort „Innovation“ überzieht unser Land wie eine schleimige Hautkrankheit. Jede neu eröffnete Bushaltestelle wird neuerdings als Innovation gefeiert. Selbst bei der Wahl von Vornamen versuchen sich immer mehr Menschen zu verkünsteln. Warum in aller Welt nennt man seine Kinder Malcom-Fabrice, Leoni-Chantal oder gar Jimi Blue? Kann da nicht der Internationale Gerichtshof in Den Haag etwas dagegen unternehmen? Da müssen doch Blauhelme ins Taufbecken!

**Den absoluten Vogel** allerdings schießen Friseurläden ab. Unsere Innenstädte sind zugespflastert mit Wortkreationen wie: Scherereien, Vier Haareszeiten, Mata Haari oder Haarakiri. Früher hießen Friseursalons einfach nur Friseursalons. Drinnen stand meist ein dicklicher, älterer Mann mit blauer Schürze, der auf den Namen Herr Wohlfahrt oder Herr Meier hörte. Heute tragen Friseure Intim-Piercings, Tattoos und kommen ähnlich wie brasilianische Fußballer ohne Nachnamen zur Welt. „Hallo, ich bin Pasquale. Wie soll ich's dir machen?“ „Ach, schneiden Sie mir doch erst mal die Haare ...“ Ständig wird man aufgefordert, einfallsreich und originell zu sein. „Seien Sie kreativ, und schenken Sie Ihrer Putzfrau eine Reinigungskassette. Ihr Cousin ist Legastheniker? Wie wäre es mit einer Lesebrille? Je trivialer eine Tätigkeit, umso spektakulärere Begriffe findet man dafür. Anpöbeln heißt Mobbing, Massieren heißt Wellness. Nichtstun heißt Chillen. Gähnen und Furzen werden nur deswegen noch

nicht zu Trendsportarten erklärt, weil man bisher keine flippigen englischen Bezeichnungen dafür gefunden hat. Inzwischen macht sogar mein Nachbar diesen Unsinn mit. Früher war er einfach nur stinkfaul, heute bezeichnet er sich als „trockener Workaholic“. Innovation gilt heute als der Maßstab aller Dinge. Doch in Wahrheit ist das zwanghafte Betonen von Originalität und Kreativität ein sicheres Indiz für Ideenlosigkeit. Über Picasso, Einstein oder Mozart sagt komischerweise keiner, dass sie kreativ waren. Kreativ sind immer nur Muttis, die einen Gewürzbindekurs in der VHS machen, oder Allianz-Vertreter, die im Strategieworkshop Collagen schnipseln, mit Fingerfarben experimentieren und Familienaufstellungen von der Vertriebsabteilung machen.

**Kreativität und innovatives Denken** lassen sich weder beim Töpfern in der Toskana noch beim Wildwasser-rafting in den Alpen erlernen. Die Relativitätstheorie, der Fosbury-Flop, Fords Model T oder das Album Sgt. Pepper's – all das waren wirkliche Innovationen. Erfunden und entwickelt von ungewöhnlichen, schrägen und bisweilen exzentrischen Menschen, die mit Sicherheit noch nie in ihrem Leben einen Klettergartenkurs zum Thema „Kreativität und Innovation“ besucht haben. ←

#### VINCE EBERT

Unser Autor ist Physiker und Kabarettist. Er ist mit dem Programm „Denken lohnt sich“ auf Deutschland-Tournee. Tourdaten, Hör- und Sehproben sowie weitere Informationen auf [www.vince-ebert.de](http://www.vince-ebert.de).