

# Krise schlägt Kapital

oder in der Krise, keine Krise

Über Krisen reden kann nur wer in Krisen steckt, so meine Erfahrung. Legen Sie sich eine Krise zu und schon sind Sie mittendrin. Je mehr Krise, desto besser Krise, desto mehr mitreden: Big Talk „Krisellieren“ nennt sich das. „Think big“, „think crises“, wie der Ausländer oder im Zuge der Globalisierung der Mitländer zu sagen pflegt.

Falls Sie schon eine Krise haben, schmeißen Sie sie weg! Alte Krisen machen nur den Kohl fett und dunsen den Kopf auf! Leiden Sie bereits an Krisenverschlackung? Nehmen Sie Frische! Frische Krisen braucht das Land und Sie natürlich, natürlich! „Flexible your crises“, würde die Agentur für ~~Krise~~ für Arbeit das nennen.

Krisen sind das Treibgut der Wirtschaft! Wohin sie treiben, ist nicht so wichtig, Hauptsache sie treiben...und alles im Fluss: Pantia rhei, oder panta Krise wie's dem Strategen beliebt. Der Weg ist die Krise, die Krise das Ziel, philosophisch ausgedrückt. Sie können nie daneben liegen!

Krisen sind das Salz auf unserer Haut, die Flüssigkeit in unseren Augen, Maggie der Synapsen, der Volkswagen in unseren Adern, der Opel auf den Popeln. Tief bohren, hoch stapeln und schnipp: Eine Krise ist besser als keine Krise!

Gründen Sie Krisenstäbe in Echtzeit, betreiben Sie sie als Hobby unter Freunden, Arbeitskollegen, Nachbarn. Tauschen Sie sie mit dem Chef. Nehmen Sie zur nächsten Party unbedingt eine Tupper Krise mit. Machen Sie Gastgeschenke und lassen Sie Krisenbegeisterte dann große Krisen bei Ihnen einkaufen.

Die Krise muss dem Angler schmecken, nicht dem Fisch! Verdienen Sie sich dumm und dusselig am Krisensharing. Betreiben Sie Import von alten Krisen nach Indien und exportieren Sie recycelte Krisen von dort nach hier. Das nennt sich Krisenabsatz, oder zu Neudeutsch: Wa(h)re(n) Wirtschaft. Achten Sie darauf, dass Sie keine Billigkrisen aus Ländern, wie z.B der USA einschleppen. Eine Krise in der Quarantäne ist wie ein Motor ohne Schmierstoff, oder Labello ohne Fett!

Als Manager richten Sie Ihren Blick auf die Zukunft der Krise. Sourcen Sie bei Zeiten die Heerschaar Krisenunwilliger aus und übernehmen Sie ab sofort das Krisencontrolling selbst. Nur wer seine Krisen gut aufgestellt hat, wird zukünftig erfolgreich sein. Verfeinern Sie dieses Leitbild und machen Sie es zum Leitmotiv Ihrer Unternehmung! Zertifizieren Sie Krisen nach der Dehnnorm und auditieren Sie Beschwerden nach DES IS SO 1857-20 ∞.

Als Mathematiker beschäftigen Sie sich ab sofort und zukünftig nicht mehr mit dem Ableiten von Krisenfunktionen, sondern begeben sich direkt in die Potenzierung. Stellen Sie keine Krisenparabeln auf und teilen Sie das Ergebnis in alle Richtungen.

Als Physiker berechnen Sie den „Freien Fall von Krisen“ in Verbindung mit der Anziehungskraft für Mensch und Wirtschaft. Eventuell könnten Sie auch etwas zum Thema Krisenmagnetismus beitragen? Wichtig ist dabei, dass Sie Krisen nicht ausschließlich auf der ersten Ebene betrachten, sondern sich in die zweite und dritte Dimension begeben. Zitieren Sie kluge Köpfe nach dem Motto: „ Die Auswirkung der Krise liegt in der Gegenwart“ und

„Wir können nicht krisellieren, was wir nicht krisellieren!“. Werden Sie dabei ruhig ein wenig kybernärrisch - das ist erlaubt!

Als Trainer oder Coach haben Sie jetzt alle Hände voll zu tun, denn von so vielen toten Krisen, kann man gar nicht schnell genug absteigen, wie man denen wider aufsitzt.

Sitzen Sie? Zufällig in der Politik? Macht nichts! Ordnen Sie Gesetze zur Rettung krisenständischer Unternehmen an, veranlassen Sie Krisensteuern, heben Sie das Ausschankverbot für Krisen auf und führen Sie eine Krisenwahl auch unter 16 Jahren ein.

Als Arzt brauchen Sie jetzt nicht zu streiken, nur weil Krise herrscht. An einer Krise ist noch niemand gestorben! Also arbeiten Sie weiter mit ihren Freunden aus der Pharmaindustrie an Präparaten zur Stärkung des „Krisensyndroms.“ Es macht gar nichts, wenn Sie heute noch nicht wissen, was die Krise Morgen bringen wird, aber es ist verdammt wichtig zu wissen, dass nach der Krise, vor der Krise ist!

Denn Krisen funktionieren eben nur so gut, wie wir sie machen!

© Máren Kruse Januar 2010