

Inhalt

Einleitung	9
1. Magie und Kommunikation	12
1.1 Über das Berührende, Ergreifende und Bewegende	12
1.1.1 Von der Magie zur Mathematik	14
1.1.2 Der Magier	16
1.1.3 Die Bannkräfte und ihre Wirkung	20
1.2 Über das Denkbare und das Machbare	22
1.2.1 Ein Ei, ein Drache und ein Flug durch den Luftraum von Österreich	24
2. Fünf Expeditionen in die Vorstellungskraft	30
2.1 Die Jagd auf das Menschenmögliche	30
2.1.1 Was tun?	35
2.1.2 Design, Organisation, Logistik	37
2.1.3 Der Wettkampf	38
2.2 Das blaue Licht – Eine Botschaft aus dem Innersten der Erde	40
2.2.1 Das Rätsel	41
2.2.2 Die Verzweigung	44
2.2.3 Die Kommission	45
2.2.4 Die Wirklichkeit	48
2.3 It's up to you – Genesis einer strategischen Inszenierung	50
2.3.1 Die Ausgangssituation	51
2.3.2 Das Basiccamp	53
2.3.3 Die Schiffswerft	56
2.3.4 Das Casting	58
2.3.5 Das Training	59
2.3.6 Der Überfall auf die Macht des Faktischen	61
2.3.7 Das »LAB«	64
2.3.8 Die internen Kunden	65
2.3.9 Die Zielorganisation	66
2.3.10 Nach dem Spiel ist vor dem Spiel	68

2.4	Der Überfall auf die nationale Depression	70
2.4.1	Vorgedanken zum nationalen Fühlkörper	71
2.4.2	Der Überfall	79
2.5	Was, um Himmels willen, ist ein Urolisk??!	89
2.5.1	Ausgangsbedingungen	90
2.5.2	Über die Kunst, einen Unterschied zu machen	92
2.5.3	Nur wer sich etwas vormacht, der hat auch etwas vor	94
2.5.4	Esse est percipi – Sein heißt wahrgenommen werden	100
2.6	Was war, was ist, was bleibt? – Interviews mit Auftraggebern	106
3.	Magie und Methode	115
3.1	Die Renaissance des Imaginären	115
3.1.1	Über die Ökonomie und die Wünsche der Menschen	115
3.1.2	Die erlebnisorientierte Denk- und Fühlwelt	116
3.1.3	Der Markt und seine Lotsen	117
3.1.4	Die Unternehmen und ihre Lotsen	118
3.1.5	Die Koordinaten des Imaginären	121
3.1.5.1	Erster Quadrant: Die emotionale Aufladung von Produkten	122
3.1.5.2	Zweiter Quadrant: Das Erlebnis als Produkt	122
3.1.5.3	Dritter Quadrant: Das virtuelle Produkt	123
3.1.5.4	Vierter Quadrant: Die Wirklichkeit als Produkt	124
3.2	Die Tools: Inszenierung, Ereignis und Geschichte	124
3.2.1	Wer inszeniert was?	124
3.2.2	Was ist ein Ereignis?	127
3.2.3	Geschichten, die das Leben schreibt	129
3.3	Von der Erfahrung zur Erkenntnis: Das Story Dealing ..	131
3.4	Ordnung und Wirklichkeit: Die strategische Inszenierung	136
3.4.1	Das Prinzip der Superkompensation – Wertposition	140

3.4.2	Das Prinzip der Variation	142
3.4.2.1	Die Aufmerksamkeitsebenen	143
3.4.2.2	Die Bedeutungsrahmen	144
3.4.2.3	Die Handlungsmodi: Einwirken, Wählen und Symbolisieren	144
3.4.3	Das Prinzip der Periodisierung	146
4.	Ein archäologischer Bericht aus dem Grenzland	
	zwischen Magie und Realität	149
	Ein wunderschöner Morgen	150
	Jenseits der Gemütlichkeit	151
	Achtung, Achtung – hier spricht Radio Querenbach!	153
	Vor zweihundertfünfundzwanzig Jahren ...	154
	Der Film	157
	Im Bauch der Zeit	158
	Von Wirklichkeit zu Wirklichkeit	159
	Ich heiße Daniel, bin neun Jahre und Chefkriminaler ...	162
	Im Gedächtnis	162
	»... deshalb denke ich auch, dass Tassilo kommt!«	165
	Dank	168
	Verzeichnis der Illustrationen und Graphiken	169
	Literatur	171
	Über die Autoren	176