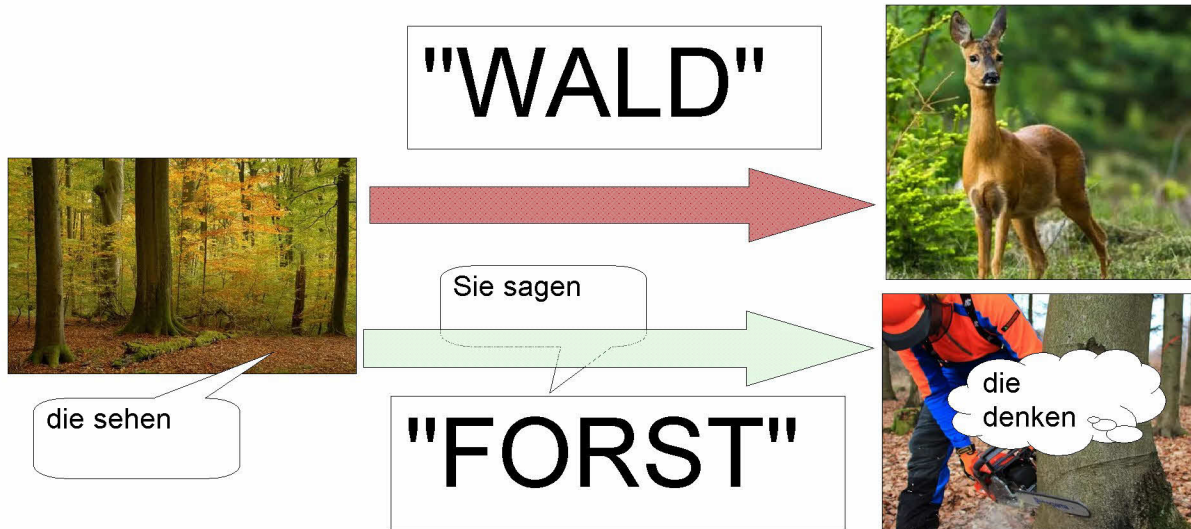


Angenommen, Sie haben ein Geschäftsmodell, welches auf Verbrennung von Rohstoffen basiert. Um daran zu kommen, muss man manchmal auch einen Wald wegmachen. Weil das Volk bei Wald aber an Ruhe und Rehe denkt, sagen Sie: "Der Forst muss aufgeschlossen werden". Bei Forst denkt jeder an wirtschaftliche Nutzung und wer will schon in einem abgeschlossenem Wald spazieren gehen. Perfekt! Bringen Sie alternative Fakten, indem Sie einfach sagen: Der Forst muss gerodet werden, weil sonst das Licht ausgeht. Schaffen sie wirkliche Fakten, bevor noch mehr aufwachen und sehen, dass Ihr Geschäftsmodell ein Drecksgeschäft ist.

Hier nochmal zur Übersicht:



Angenommen, Sie haben ein Geschäftsmodell, welches Strassen baut. Nachdem alle Orte verbunden sind, müssen sie jetzt umgangen werden. Sagen Sie als erstes, sie hätten den Auftrag von oben. Damit machen Sie sich nicht angreifbar und sind immer im Recht. Verwenden Sie schöne Bilder. Die aus dem Jahre 2004 mit der ebenerdigen Strasse lösten beim Volk ziemliche Tumulte aus. Jeder denkt natürlich sofort an Lärm im Naherholungsgebiet. Zeigen Sie die Strasse in einem tiefen Einschnitt. Aus den Augen aus dem Sinn. Das ist zwar in weiten Teilen der Strasse nicht der Fall, die Kinder können jetzt aber gedanklich in Ruhe an der Ilse spielen, während die Strasse direkt nebenan 4m tief im Boden verschwunden ist. Wenn bezüglich Lärmschutzwänden Zweifel aufkommen, dann präsentieren sie alternative Fakten. Sagen Sie: "Unsere Lärmschutzwände reflektieren nicht, sie schlucken nur." Ja, Sie wissen selber dass Lärmschutzwände den auftreffenden Schall nur zu einem Teil absorbieren und der Rest nicht im Erdreich versickert, sondern reflektiert wird. Das ist an der Stelle mal egal. Machen Sie schnell. Es könnte sein, dass die Leute merken, dass 7 statt 10 Autos an der Gosebrede-Ampel kein merklicher Gewinn im Vergleich zur Zerstörung des Naherholungsgebietes sind.

Hier nochmal zur Übersicht:

