

## Werbung!

von Günter M. Ziegler

### Werbung für Mathematik

Anlässlich der Vorüberlegungen und Gespräche zu einem Jahr der Mathematik 2008 liegt es nahe, schon mal über Image-Werbung für das Fach nachzudenken. Die Variante

#### Math inside

des Intel-Logos ist abgegriffen (und auch sonst problematisch, siehe unten). Aber etwas besseres als

#### dank Informatik

muss uns allemal einfallen. Also: Wenn wir Werbung für Mathematik machen müssen, wie sieht die dann aus?

Hier sind drei Vorschläge:

#### Leider schwierig!

erinnert Sie vielleicht an die Herrenmode der Firma René Lezard, die 1994 mit dem wunderbaren Slogan „Leider teuer!“ beworben wurde. Statt dem verlogenen „Mathe ist doch ganz einfach“ wäre das mal was ganz anderes: Mathematik ist interessant, *weil* sie herausfordernd, knifflig, anstrengend, schwierig sein kann.



Mathematik im Alltag auf dem *Libori-Fest*, Paderborn 2005

Foto: Oliver Junge, TU München

### Zweiter Vorschlag:

Was Mathematiker können,  
können nur Mathematiker

(und Mathematikerinnen). Die Friseur-Innung behauptete das in den Achziger Jahren für die Friseure (und vergaß die Friseurinnen), und verteidigt auch heute noch mit dieser Formel das Meister-Privileg. Stimmt's für die Mathematik? Ich glaube ja, und die *mathematische Industrie* in Deutschland (Siemens, Telekom, Allianz, ...) hat das vielleicht noch nicht im vollen Umfang begriffen und ausgenutzt.

### Dritter Vorschlag:

Mathematiker stehen früher auf!

plagiiert eine aktuelle Kampagne für Sachsen-Anhalt. Das klingt gut, stimmt nach meiner Recherche aber nur sehr teilweise (für die Mathematiker, und auch für die Sachsen-Anhaltiner).

Vielleicht holen wir letztlich doch kompetente Hilfe, etwa von der Werbeagentur Heymann Schnell, die Erfahrung hat mit schmutzigen Sachen: Immerhin haben die für ihre Kampagne „We kehre for you“ für die Berliner Stadtreinigung BSR ganz zu recht eine Menge Preise abgeräumt ...

„Multiplizieren Sie sich!“

„Multiplizieren Sie Ihre Möglichkeiten, und die Ihres Computers“ – damit wirbt der Intel-Konzern großflächig und in Fernsehspots für sein neuestes Baby, den „Intel® Core™2 Extreme Prozessor“. Ich befürchte, dass die verquere Grammatik und Logik dieses Werbespruchs nichts Gutes hoffen lässt; dass das am Ende ein äußeres Zeichen dafür ist, dass in dem Prozessor die innere Logik nicht stimmt.



Wir erinnern uns: Dass der erste „Pentium®“-Prozessor seine Grundrechenarten nicht konnte, hat damals, 1994, ein Mathematiker namens Thomas Nicely rausgefunden, und Intel viel Geld gekostet. In der Tat: der Pentium® 486-Chip machte Fehler beim Dividieren. Die aufschlussreiche Geschichte dazu ist nachzulesen unter dem Titel „Divide and Conquer“ in: *What's Happening in the Mathematical Sciences*, Vol. 3 (1995–1996), S. 38–47, von Barry Cipra.

Vielleicht betonen die Intel-Werber aber auch nur das Multiplizieren so sehr, weil sie sich beim Dividieren wieder nicht ganz sicher sind?

Und: Womit soll ich denn meine Möglichkeiten multiplizieren? Mit Null? Mit  $\varepsilon$ ?

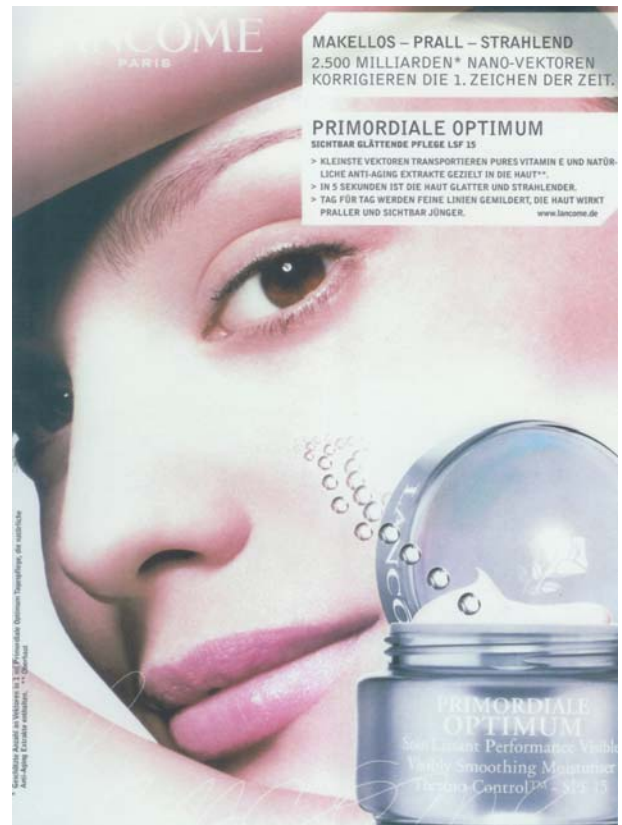
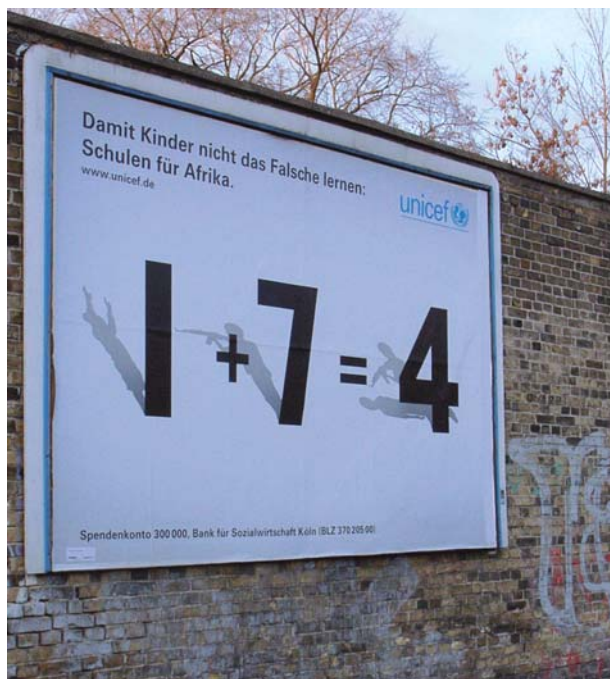
PS: Vielleicht ist's ein simpler Übersetzungsfehler. Das Original „multiply everything you and your computer can do“ ergibt etwas Sinn, weil „multiply“ eben auch „vervielfachen“ bedeutet.

#### Werbung mit Mathematik

Mit

$$1 + 7 = 4$$

wirbt Unicef: „Damit Kinder nicht das Falsche lernen. Schulen für Afrika.“ Warum nehmen Sie die falsche Rechnung nicht zum Anlass, noch vor Weihnachten eine Spende an Unicef zu geben?



Rätselfrage: Wofür wird mit

2.500 Milliarden\* Nano-Vektoren korrigieren die 1. Zeichen der Zeit.

geworben? Das Sternchen verweist auf eine Anmerkung, die erklärt, es handle sich bei der Zahl um die „geschätzte Anzahl an Vektoren in 1 ml Primordiale Optimum Tagespflege, die natürliche Anti-Aging Extrakte enthalten“. Vektoren, die Anti-Aging Extrakte enthalten? Hab' ich da was nicht verstanden? In meiner Linearen Algebra-Vorlesung kamen und kommen diese Vektoren nicht vor.

*Minus + Minus = Depression?*

In einem Kommentar der *Süddeutschen Zeitung* zur Idee der Bundesregierung, bei Airbus einzusteigen, heißt es

Nur leider ergibt anders als in der Mathematik Minus und Minus eben nicht Plus, sondern erzeugt eher Depression.

Die Online-Ausgabe der SZ gab dem Kommentar auch noch die Überschrift: „Minus + Minus = Depression“. Welche Operation ist nun mit „und“ gemeint?

#### Adresse des Autors

Prof. Günter M. Ziegler  
Institut für Mathematik, MA 6-2  
TU Berlin, 10623 Berlin  
ziegler@math.tu-berlin.de