

# Mathematik an der Front, Mathematik in der Werbung, Mathematik im Rennsport

von Günter M. Ziegler

## Frontbericht

Die SIAM (Society for Industrial and Applied Mathematics) kündigt eine ihrer Neuerscheinungen an: *Bioterrorism: Mathematical Modeling Applications in Homeland Security*, H. T. Banks and Carlos Castillo-Chavez, Editors, *Frontiers in Applied Mathematics*. 0-89871-548-2 „Homeland Security“ ist das neue Vaterlandsverteidigungsministerium, und gleichzeitig der paranoide Versuch der derzeitigen US-Regierung, durch Milliardenausgaben und orwellianische Geheimdienst- und Datensammelmethode „gefühlte Sicherheit“ zu produzieren.

## Werbung

Man kann sich ja sorgen machen über das Bild der Mathematik in der Öffentlichkeit. Das betrifft nicht nur das regelmäßige „in Mathe war ich immer schlecht!“ der Politiker, Kulturschaffenden, u. ä.; das betrifft auch das Bild der Mathematik in der Werbung. Es ist ja schon bemerkenswert, dass Mathematik in der Werbung auftaucht, und sei's nur als Bühnenbild. Leider ist das Frauenbild, das gleich noch mitgeliefert wird, eher bedenklich. Zwei Beispiele: Oben: Kleines Mädchen – wirbt für Handies. Unten: Großes Mädchen – wirbt für Computer.



IBM recommends Microsoft® Windows XP Professional for Business.

**SYLVIA NASAR**  
Economist and  
Author of *A Beautiful Mind*,  
WITH THE NEW  
IBM THINKPAD T40 NOTEBOOK

**She thinks about:**  
using mathematical  
ideas to navigate  
through complex  
real-world issues.

**We thought about:**  
enhancing our flexible wireless  
connectivity options with Intel® Centrino®  
Mobile Technology – so she can easily  
collaborate with colleagues when she's  
away from her desk.

**IBM**  
ThinkPad. Where the world's most innovative people choose to think.  
ibm.com/pc/think

centrino MOBILE TECHNOLOGY

Quelle: The New Yorker, June 30, 2003

Aber vielleicht ist das doch ein ziemlicher Fortschritt – verglichen mit der Version rechts, die wir dem Bändchen von Acheson entnehmen, das auf Seite 28 besprochen wird.

Aber Mathematik in der Werbung gibt's nicht nur für die Mädchen, die gibt's auch für die (großen) Jungs. Da tut sich die Firma Braun hervor, deren Rasierer deshalb so gut sind, weil sie mit *smart maths* konstruiert worden sind. Also wirklich: „mathematically constructed“ als Gütesiegel ist phantastisch. Das könnte heißen, dass Firma Braun für uns in die Öffentlichkeit trägt, wie wichtig Mathematik im Alltag ist!

Aber was wir da abdrucken, ist ja gar nicht Braun-Werbung („revolutionäre neue Scherfoliengeometrie, die Barthaare in 20 verschiedenen Wuchsrichtungen erfasst“!); das ist das, was die Jungs vom Computer-Magazin *PC Advisor* den Lesern des *Business Life*-Magazins erzählen darüber, was sie im Presstext von Firma Braun so beeindruckt hat. *Smart maths* beeindruckt, und spricht sich rum. Was wollen wir mehr?

#### Mathematik im Rennsport?

Mathematische Metaphern-Suppe: Unter dem Titel „Der Rechenfehler in der Reifengleichung“ war auf Spiegel-online am 4. August vom „großen Einmaleins des Rennsports“ die Rede.

„Die Formel 1 besteht nicht nur aus Mathematik.“ Das hat uns allen RTL-Kommentator Heiko Waßer noch mal an diesem Wochenende ans Herz gelegt – und das war auch gut so. Denn fast hätte man es ob all der Rechnungen, die da vor, während und nach dem Großen Preis von Deutschland auf dem Hockenheimring aufgemacht wurden, glatt vergessen.

Da gab es zunächst das große Einmaleins der passenden Rennbereifung – ohnehin ein Dauerthema in dieser Saison. Aus Sicht von Ferrari, insbesondere von Michael Schumacher, lautete die Gleichung etwa so: Ich fahre den sehr harten Reifen einer japanischen Firma, der mich zwar im Training etwas zurückwirft, dafür aber auf die lange Distanz des Rennens immer mehr aufholen wird gegenüber den Reifen der Konkurrenz, die mit der weichen Gummimischung eines französischen Pneufabrikanten an den Start geht. Klingt kompliziert? Durchaus.

Schlimmer aber: Die Gleichung geht nicht auf.

So weit das Zitat – das geht aber weiter im selben Stil, siehe <http://www.spiegel.de/sport/formel1/0,1518,259834,00.html>

Wer will versuchen, das Bereifungsproblem als mathematisches (Optimierungs-)Problem zu modellieren? Oder aber analysieren, was das Sperrfeuer aus mathematischen Metaphern da erreichen soll? Das ergäbe doch eine schöne Aufgabe für das *Deutsch*-Abi nächstes Jahr.



Nachschlag, 9. 10. 2003: „Ich bin ganz gut in Mathematik“, sagte Schumacher im Vorfeld des letzten Rennens in Suzuka, „ich fühle mich erst als Champion, wenn es wirklich vorbei ist.“ Dafür benötigte er nur einen Punkt ...

#### Adresse des Autors

Prof. Günter M. Ziegler  
Institut für Mathematik, MA 6-2  
Technische Universität Berlin  
Straße des 17. Juni 136  
10623 Berlin  
[ziegler@math.tu-berlin.de](mailto:ziegler@math.tu-berlin.de)

## Smooth operator

Can smart maths deliver a better shave? ANDREW CHARLESWORTH finds a razor that wants to get closer to you

The new Braun shaver's main claim to fame is its foil, which has been mathematically constructed to mirror the random hair growth patterns on both chin and neck. In theory this should mean a closer shave with fewer strokes, which means less stubble with less likelihood of razor rash.

Looks: Futuristic. One imagines Q might well have given such a device to James Bond, saying, "Whatever you do, don't touch the laser button when you're shaving, 007, or it will cut off more than your stubble!"

Powered by: a battery with enough capacity to last for 50 minutes of shaving (that's 10 days of normal shaves), quick enough to fully recharge in an hour, and smart enough to optimise its recharging cycle.

Bells and whistles: apart from the LCD status screen, long hair cutter and four-way moving head, this razor cleans itself while charging, so there's no poking about with a brush any more.

Disadvantage: Q's laser feature is not available to the general public.

Price: £155 exc VAT

Website: [www.braun.com](http://www.braun.com)

Andrew Charlesworth is editor of *PC Advisor* magazine, the UK's leading PC magazine. October issue out now.



Quelle: *Business Life*, September 2003