

Hans-Jürgen Schröter

**Selbst-Führung
Geschäfts-Führung
Markt-Führung**

**Vom Marketing
zum SPIRITING®
(Spirituelles Marketing)**

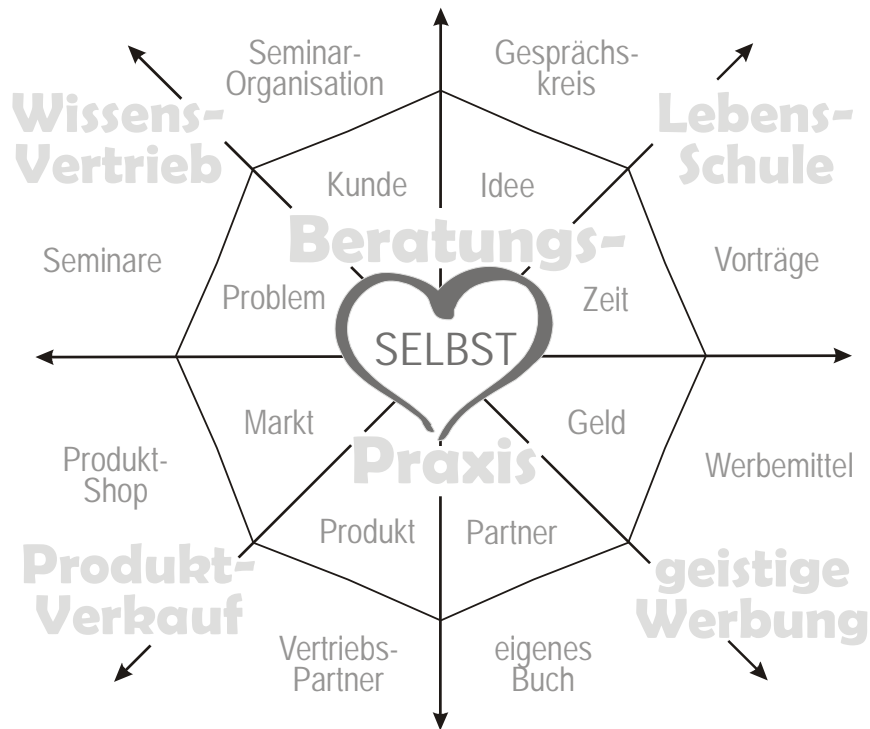
**Redaktionelle Einführung
zum IAW-Praxis-Heimlehrgang
mit Kurt Tepperwein**

Inhalt:

1. Teil:	<u>Selbst-Führung</u>	
	Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung	4
	Was ist Selbst-Management in Wirklichkeit?	5
	Das Geheimnis der Selbstdisziplin	6
	Das Geheimnis der Selbst-Organisation	10
	Die Bedingungen der Selbst-Organisation	13
	Heilung geschehen lassen	16
	Sich selbst »managen« oder »führen«?	17
	Ordnung im Leben schaffen!	19
	Sich selbst entfalten	19
	Über das lineare und zyklische Denken hinaus	21
	Die Spirale der Selbst-Entfaltung	23
2. Teil:	<u>Geschäfts-Führung</u>	
	Geschäftsführung als Problemlösungs-Fähigkeit	25
	Erfolgreich selbständig!	26
	Die acht Bereiche der Geschäfts-Führung	27
	1. Der optimale Umgang mit der Geschäftsidee	28
	2. Der optimale Umgang mit der Zeit	32
	3. Der optimale Umgang mit Geld	37
	4. Der optimale Umgang mit Partnern	44
	5. Der optimale Umgang mit dem Produkt	50
	6. Der optimale Umgang mit dem Markt	55
	7. Der optimale Umgang mit Problemen	59
	8. Der optimale Umgang mit Kunden	69

3. Teil	<u>Markt-Führung</u>	
	Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: SPIRITING®	72
	Es geht um nichts anderes als Marktführung!	73
	Markt ist Austausch	74
	Erfolg ist Führung!	77
	Acht Dimensionen der Marktführung	78
	Der Markt ist das Geschäft	82
	Durch Bewusstheit zum Bewusstsein führen	82
	Entfaltung spiritueller Lebensqualität	83
	Was macht die Spiritualität eines Produktes aus?	85
	Führen statt leiden	86
	Spirituelle Führungsfähigkeit	88
	Führen durch Vision	90
	Führen durch Charisma	91
	Führen durch Vorbild	93
	Führen durch Coaching	94
	Führen durch Loslassen	95
	Das offene Konzept der Lebensschule	96
	 Das Bild des Ganzen	 100

1. Teil: Selbst-Führung



Im Mittelpunkt des TEIL I steht **die Selbstführung** als Geschäfts-Führer/in einer Beratungs-Praxis:

- Was ist praktisches Selbst-Management?
- Das Geheimnis der **Selbstdisziplin**
- Das Geheimnis der **Selbst-Organisation**
- Bedingungen der Selbst-Organisation
- Heilung (aus dem Herzen) geschehen lassen
- Sich selbst „managen“ oder „führen“?
- **Ordnung im Leben schaffen**
- Sich selbst entfalten
- Über das lineare und zyklische Denken hinaus
- **Die Spirale der Selbst-Entfaltung**

Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Willkommen bei einem überaus spannenden Thema!
Unser Lebenserfolg wird letztlich davon bestimmt, wie wir uns »selbst managen« können. Wir sind mit dem Begriff »Selbst-Management« nicht glücklich und werden gleich die Begründung liefern. Denn Menschen sollte man nicht managen, erst recht nicht sich selbst.

Selbst-
MANAGEMENT ?!

Doch der Begriff des »Selbst-Managements« hat sich eingebürgert und wir verwenden ihn unter Vorbehalt.

Was ist Selbst-Management in Wirklichkeit?

Liest man heute Bücher über Selbst-Management oder besucht Seminare zum Thema, so geht es fast nur um **Techniken:** Prioritätenlisten, Tätigkeits- und Zeitanalysen erstellen, Zeitfresser erkennen und ausmerzen, Ziele setzen, planen, Entscheidungen treffen, Pläne realisieren und Durchführung kontrollieren. Dann wird Wert auf die Arbeit mit Zeitplanbüchern (Tages-, Wochen-, Monats-, Jahresplan) gelegt, das Arbeiten mit computergesteuerten Organizern, Laptops, Palms gelernt.

Alles schön und gut. Man versucht so, **das Chaos und den Stress des Arbeitsalltags mit Organisationstechniken in Griff zu bekommen.**

Ist Stress
managen
praktisch?!

Das **scheint** sehr praktisch zu sein. **Praktischer wäre es jedoch, den Stress und das Chaos ganz aus dem Leben zu verbannen.**

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

So entpuppt sich bei rechtem Licht betrachtet diese Art des Managements **als Stress-Management** und ist himmelweit vom Selbst-Management entfernt.

Es gibt ein schönes Bild, das dies erhellen kann:

Stellen Sie sich vor, **Sie klettern eine Leiter herauf.**

Sie lesen Bücher und Sie besuchen Seminare, wie Sie diese Leiter möglichst effizient nach oben klettern können. Und Sie beherrschen die Technik des Leiterkletterns immer besser, technische Brillanz macht sich breit. Alle bewundern Sie um Ihre Eleganz und Schnelligkeit.

Erfolgsleiter
Karriereleiter
Lebensleiter

Oben angekommen, stellen Sie jedoch fest: Die Leiter steht am falschen Haus! Die ganze Mühe war umsonst. Niemand wird dann noch auf die Idee kommen, dieses perfektionierte Leiterklettern als überaus praktisch zu werten.

Praktischer ist es, die Leiter von vorne herein an das richtige Haus zu stellen. Darum geht es!

Das eine Haus heißt: Stress bekämpfen, das andere Haus: stressfrei leben. An welches Haus wollen Sie Ihre Lebensleiter stellen?

»Wie bitte?! Ohne Stress leben zu wollen?! Ist das nicht eine Illusion?!« - Stress fällt doch nicht vom Himmel. Und der Himmel selbst hat auch nichts mit Stress zu tun (Gott hat es nicht eilig.).

Stressfrei
leben!

Stress ist immer hausgemacht. Stress liegt immer eine Entscheidung zugrunde, etwas so und nicht anders zu machen. Oft versucht man, in einer vorgegebenen Zeit mehr zu leisten, als es in dieser Zeit überhaupt möglich ist und man kommt in Zeitdruck. Das ist aber eine noch harmlose Art des Stresses.

Viel häufiger ist die Form, dass man **JA sagt und NEIN meint**, und das macht Stress. Oder auf den Punkt gebracht: Nicht sein eigenes Leben leben, sondern leben nach den Vorstellungen anderer. Das ist **Stress pur**.

Stress PUR

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Fremdbestimmtes Leben macht Stress, ein selbstbestimmtes Leben ermöglicht Stressfreiheit.

Wer nur Stress managen will, bei dem steht die Leiter schon am falschen Haus. Stressmanagement ist immer unpraktisch. Das **hat mit Selbst-Management sehr wenig zu tun, eher mit perfektionierter Selbstentfremdung.**

Keinen Stress managen!

Praktisches Selbst-Management dagegen stellt die Leiter erst einmal ans richtige Haus: an das Haus der Selbstbestimmung und der Stressfreiheit.

Das ist das Thema von Kurt Tepperwein in diesem ersten Teil dieses Praxis-Lehrgangs: **Nicht Stress managen, sondern Stress überwinden.** Das ist in erster Linie **keine Frage der Technik, sondern des Bewusstseins**, das wir brauchen, um unsere Leiter gleich an das richtige Haus zu stellen. Und dieses Haus heißt: Selbstbestimmung. (Wir werden dabei auch das Konzept der **Selbst-Identifikation** kennen lernen.)

Stress aus Ihrem Leben verbannen!

Das Geheimnis der Selbstdisziplin

.....

Es gibt **zwei Arten** von Selbstdisziplin: die erzwungene und die spielerische.

Die **erzwungene Selbstdisziplin** macht Mühe, ist anstrengend, ist ein ständiger Kampf gegen den »inneren Schweinehund«. Hierbei zwingt man sich zu etwas, das man eigentlich gar nicht tun will. Das Mittel (die Disziplin) heilig lediglich den Zweck (das höhere Ziel).

Der innere Schweinehund - gibt es den?!

Man joggt, um Übergewicht abzubauen, nicht aber weil das Laufen selbst Spaß macht. Also läuft man mit verbissenen Zähnen und gequältem Gesicht. Disziplin üben, **um** Übergewicht **abzubauen!** Diese ganze verkehrte Welt des **»um zu«**. Das so nicht gelebte Leben.

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Hinter erzwungener Disziplin steckt immer **ein Konflikt, ein Widerspruch:** zum Beispiel zwischen aktuellen Bedürfnissen und langfristigen Zielen. Der langfristigen Ziele willen ist man JETZT diszipliniert. Das eigentliche Leben kommt dann später auf die Tagesordnung, auf die Prioritätenliste. Heute arbeite ich diszipliniert, um MORGEN zu leben. Doch morgen ist MORGEN wieder morgen.

MORGEN ist in Wahrheit nie.

Leben ist das, was JETZT stattfindet, während wir mit den Gedanken abschweifend woanders sind.

MORGEN
ist Ausrede,
Leben ist
JETZT

Das ist der Grund, warum Menschen, die sich zur Disziplin zwingen, oft so einen leblosen Eindruck machen: diszipliniert leblos.

Die **spielerische Selbstdisziplin** dagegen ist völlig mühelos. Für einen Außenstehenden erscheint man als sehr diszipliniert. **Doch man tut nur, was zu tun ist - und das voller Freude.** Man läuft, weil das Laufen Spaß macht, und das mit einem Lächeln im Gesicht. Da ist gar kein »innerer Schweinehund«, der dabei an der Leine zu führen ist. Laufen ist dann wie Schlafen. Es gehört einfach zum Leben.

Spielerische
Disziplin

Jeder Mensch atmet überaus diszipliniert, jede Zelle des Körpers verrichtet ihr Werk überaus diszipliniert. Doch alle diese körperlichen Funktionen vollziehen sich nicht nur völlig mühelos, sondern meistens nicht einmal bewusst. **Natürliche Selbstdisziplin ist immer ein Teil von Stimmigkeit.**

Stimmigkeit ist
diszipliniert

Wenn man im HIER und JETZT lebt, beruhigt sich auch das ganze Störfeuer des inneren Geplappers. Das sind keine echten, kreativen Gedanken, sondern ein aus der Vergangenheit nachhallendes Echo. In dieser Gedankenstille des HIER und JETZT entfaltet sich **spielerische Gedankendisziplin.** Gedanken dienen dann dem Bewusstsein und sind fokussiert wie ein Laser.

Gedanken-
disziplin

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Disziplin ist nur dann eine Willensanstrengung, wenn man nicht »in der Zeit ist«, sondern neben der Zeit: Wenn man etwas tun will, wozu die Zeit noch nicht reif ist (den 3. Schritt vor dem 1. versucht), oder sie schon vorbei ist, etwas nicht wirklich stimmig ist. IN der Zeit sein

Wenn eine Liebe zu Ende gegangen ist, dann nutzt auch kein diszipliniertes Kämpfen mehr, sondern nur noch loslassen. Wenn Sie Ihren Körper entsäuern, dann wird bald auch das Kaffeetrinken überflüssig, fällt von Ihnen ab wie eine reife Frucht, ganz ohne Anstrengung und Disziplinierung. Die Zeit ist dann gekommen.

Wenn Sie **mit den Rauchen aufhören** wollen und es stimmt nicht, dann wird es anstrengend, dann bedarf es großer Disziplin, und endet meistens doch im Rückfall. Wenn man aber das Rauchen aufhört und es **stimmt in jeder Hinsicht**, dann ist es das einfachste der Welt (Sie brauchen nur nach der letzten Zigarette keine neue mehr anzuzünden) und ein Rückfall nicht zu erwarten.

Je mehr wir in der Lage ist, uns selbst zu bestimmen, desto disziplinierter wird das Leben, und das völlig mühelos. Alles, was zu tun ist, wird so selbstverständlich wie das Atmen. Selbstbestimmt leben

Das ist **das Geheimnis des Glücks: Selbstbestimmt in sich und der Zeit zu ruhen, mit allen Sinnen zu SEIN.** Mühelose Disziplin ist dann ein Geschenk des Glücks, des ge Glückten Lebens an uns.

Wer sehr undiszipliniert lebt, der sollte sich fragen, was in seinem Leben nicht stimmt, wie mehr Stimmigkeit in das Leben und »in der Zeit SEIN« zu bringen ist. Die Disziplin kommt dann von selbst.

Disziplin, die von SELBST kommt, ist die wahre Selbst-Disziplin. Sie ist spielerisch, mühelos, lebendig, ja leidenschaftlich! Disziplin kommt von SELBST

Das Geheimnis der Selbst-Organisation

.....

»Selbst-Organisation« ist ein Begriff, über den auch viel Verwirrung herrscht und der hier entwirrt werden soll:

Menschen, die **eine gewisse Ordnung halten können, scheinen sich gut selbst »organisieren« zu können.**

Aber diese Vorstellung der Selbst-Organisation greift viel zu kurz, berührt das eigentliche Thema nur an der Oberfläche.

Mehr als nur
Ordnung halten

Der **Begriff »Selbst-Organisation«** hat in der Wissenschaft vor einigen Jahrzehnten eine regelrechte Revolution ausgelöst, zu einem »Paradigmenwechsel¹« geführt, den wir hier ganz kurz nachzeichnen wollen.

Es geht um nicht weniger als die **Frage nach dem Leben (siehe oben!)**. Lange Zeit betrachteten Wissenschaftler alle lebenden Prozesse nach dem **Vorbild der Mechanik**, wie das Funktionieren einer Uhr, einer Maschine, eines Motors, einer Fabrik: Unser Körper funktioniert wie eine große chemische Fabrik.

Wie LEBEN
funktioniert

Doch lebende Systeme haben gegenüber mechanischen Systemen einen verblüffenden Vorteil (es ist nicht der einzige): **Lebende Systeme können sich selbst reparieren.** Eine Uhr, die defekt ist, bleibt defekt. Sie hat keine »Selbsteilungskräfte«. Sie muss »von außen« (durch den Uhrmacher) repariert werden. Ein lebendes System aber, das verletzt ist, kann (wenn die Verletzung nicht tödlich ist) sich selbst reparieren. Jede kleine Wunde auf der Haut zeigt es uns: Wie intelligent der Körper in der Lage ist, sie zu »reparieren«, zu heilen.

Selbst-
Reparatur

¹ Eine **völlig neue Sicht** der Dinge. Zunächst glaube man im Altertum, die Erde sei eine Scheibe, dann erkannte man, dass sie eine Kugel ist. Das hat viele Konsequenzen, die man im Gesamten als »Paradigmenwechsel« bezeichnet.

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Diese alte Denkweise, der Körper sei eine Maschine, ist übrigens nach wie vor die Grundlage der Schulmedizin. Der »Uhrmacher«, der den Defekt von außen repariert, nennt sich in diesem Falle: Arzt. Wir sprechen ja häufig von »Reparatur-Medizin«. Das macht deutlich, wie revolutionär das neue Paradigma der »Selbstorganisation« ist. Wir kennen auch das Phänomen der Spontanheilung: der Körper heilt sich selbst **trotz** Reparatur-Medizin.

Die Krankheit
der Reparatur-
Medizin

Es muss also in diesem lebenden System etwas sein, das die Reparatur selbst zu steuern in der Lage ist. Wir entdecken in diesem System einen Prozess der **Selbststeuerung und Selbstregulation.**

Solche Prozesse der einfachen Selbststeuerung von Maschinen (Stichwort: Fliehkraftregler) wurden von der **Kybernetik** untersucht (Thema: wie Rückkopplungssysteme funktionieren).

Wenn wir manchmal von **»Mental-Kybernetik«** sprechen, ist dabei genau das gemeint: Wie organisiere ich meinen Geist, damit er nicht von außen (aktuell oder durch alte, internalisierte Programme) gesteuert, sondern sich selbst und selbstbewusst steuern kann? Wie bringe ich die verschiedenen Steuerungssysteme (Unterbewusstsein, Alltagsbewusstsein, Überbewusstsein) in Harmonie miteinander?

Was ist Mental-
Kybernetik?

Alle lebenden Systeme sind also in der Lage, sich selbst zu steuern, sich selbst zu regulieren. Das heißt im tief verstandenen Sinne: Selbstorganisation. Für dieses neue Paradigma der Wissenschaft steht der Name des belgischen Nobelpreisträgers **Ilya Prigogine.**

Selbst-
steuerung

Eines der bahnbrechenden Werke dieses neuen, wissenschaftlichen Denkens war **das Buch von Erich Jantsch: »Die Selbstorganisation des Universums. Vom Urknall zum menschlichen Geist«** (1979).

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Jantsch skizziert die Evolution als ein Prozess sich selbst organisierender Strukturen und Organismen.

Das, was an dieser Sichtweise überaus faszinierend ist: Damit ist Gott nicht aus dem Prozess der Evolution herausgekürzt. Im Gegenteil: Dieses Prinzip der Selbstorganisation, der Selbstregulation und Selbststeuerung ist sozusagen **das »göttliche oder schöpferische Prinzip« in der Evolution**. Sie können es auch gerne das »geistige Prinzip« nennen.

Wo bleibt
GOTT?

Kurt Tepperwein hat ein einmal so treffend auf den Punkt gebracht:

»Gott schuf nicht die Welt, Gott wurde die Welt«.

Die Selbstorganisation der lebenden Systeme ist der Atem Gottes, die Dynamik der Evolution!²

Andere Wissenschaftler kehrten die These um: Überall wo wir diese sich selbst organisierenden Systeme **feststellen können**, muss es sich um ein lebendes System handeln. Und siehe da: Der britische Wissenschaftler James Lovelock stellt die bahnbrechende These auf, dass die Erde selbst ein lebendes System ist: **»GAIA, die Erde ist ein Lebewesen«** (1992).

Lebt die ERDE?

Die Erde und ihre Bio- und Atmosphäre verfügt über ein überaus differenziertes System der Selbstregulation, wie jedes lebende Wesen. Und da dies ein geistiges Prinzip ist, können wir auch für die Erde ein Selbstbewusstsein postulieren: GAIA, der Geist der Mutter Erde. (Dafür besitzen viele Völker wie die indianischen eine ganz besondere Sensibilität.)

² Vertiefend empfehlen wir das Buch von Kurt Tepperwein: „Die Kunst, das Leben selbst zu steuern. Die Gesetze der Mental-Kybernetik.“ Frankfurt am Main 2003 (mvg-Verlag)

Die Bedingungen der Selbst-Organisation

.....

Welche Bedingungen müssen vorhanden sein, **damit sich dieses Prinzip der Selbst-Organisation, das Schöpfungsprinzip der Evolution entfalten kann?**

- Zunächst muss ein System erkennbar sein, **eine EINHEIT**³, das eine gewisse **Autonomie** hat. Es hat eine Grenze. Innerhalb dieser Grenze bin »ich« (die **Identität** des Systems), außerhalb meiner Grenze ist etwas »anderes«. (Jeder Einzeller grenzt sich ab durch eine Membran. Unser Körper grenzt sich ab durch sein größtes Organ: die Haut. Staaten grenzen sich ab durch Grenzen. - Jeder Mensch kann sich **diese Autonomie schaffen** durch eine Deklaration, eine persönliche »Unabhängigkeitserklärung«: Das ist **MEIN Leben**. Das ist **MEIN Weg**.)
Einheit (Entität)
Autonomie
Identität
- Innerhalb dieser Grenze herrscht **Selbstbestimmung**. Das System ist für sich »handlungsfähig«. Es bedarf keiner äußeren Kommandozentrale. Das ist eine **Grundvoraussetzung** für die Lebensfähigkeit eines Systems. (Das ist der Schritt vom Opfer zum Gestalter und Schöpfer: die Machtergreifung über das eigene Leben, das selbstbestimmte Handeln.)
Selbstbestimmung
- Da das System nicht starr, sondern dynamisch ist, muss es **sich ständig selbst erneuern** und dies so regeln, dass die **Identität gewahrt** bleibt.⁴ Hierbei vollziehen sich »im Dreiklang« aufbauenden (anabolische), abbauende (katabolische) und bewahrende Prozesse. (Die tägliche Herausforderung an uns: Erfinde dich ständig neu durch loslassen, bewahren und erneuern!)
Selbsterneuerung

³ Ken Wilber nennt diese Einheit ein »Holon«.

⁴ Maturana und Varela nennen dies »Autopoiese«.

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

- Das System **bezieht sich auf sich selbst (Selbstreferenz)**. Es steht in **innerer Wechselwirkung mit untergeordneten Systemen**, die selbst wieder Einheiten sind, koordiniert sie, steuert sie. (Im Körper zum Beispiel das Herz-Kreislauf-System als untergeordnetem System.) Zu dieser »Selbstreferenz« gehört auch, über sich selbst nachdenken zu können, sich selbst beobachten zu können, sich im Spiegel zu erkennen (vom Badezimmerspiegel bis zum Spiegel der Lebensumstände) und sich selbst bewusst zu steuern. Das ist **Kommunikation mit sich selbst**.
Selbstreferenz
- Das System ist aber **kein sich selbst genügendes, geschlossenes System**. Es steht im Austausch mit den »anderen«, seiner »Umwelt«. Ohne diesen Austausch, die äußere Wechselwirkung ist es auch nicht lebensfähig. Hierbei vollzieht sich eine **gegenseitige Anpassung**: Das System reagiert (passt sich an) und agiert (verändert seine Umwelt).⁵ Das System befindet sich in einem **ständigen Ungleichgewicht**, aber bewahrt seine Identität durch ständig neue Herstellung Selbst-Identität und Selbst-Aktualisierung.⁶ Gleichgewicht selbst ist Stillstand und Tod. **Chaos dagegen ist eine Ordnung im Ungleichgewicht**.
Offenes System
Fluktuation
- Das System lebt von **der Kommunikation und dem Energie-, Informations- und Stoffaustausch mit anderen** Systemen gleicher Hierarchieebene und höherer Systeme. Die Familie ist ein höheres System als das Einzelwesen. Die Gemeinde ist ein höheres System als die Familie. Der Staat ist ein höheres System als die Gemeinde. Die Weltbevölkerung eine höhere Ebene als die Staaten, die Erde ein höheres System als die Menschheit.
Austausch

⁵ Der Schweizer Pädagoge und Entwicklungspsychologie Jan Piaget sprach dabei von »Assimilation« und »Akkommodation«

⁶ Ilya Prigogine spricht von »dissipativen Strukturen«

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Fritjof Capra geht so weit zu sagen: **Leben ist ein Netz.**⁷ Leben findet **im Austausch** zwischen relativ autonomen, aber vernetzten Systemen statt. Lebensnetz

Die spirituelle Formulierung dieser EIN-Sicht lautet: **»Wir sind alle eins.«** Was wir dem anderen, dem Netz antun, tun wir uns selbst an - im Positiven wie im Negativen. Wir sind alle EINS

- In diesem vernetzten Austausch entfaltet sich Kreativität und es kommt zu **Innovationen im System (Emergenz)**. Es entsteht etwas »völlig Neues«! Das System macht einen **»Quantensprung«**. **Es wächst über sich hinaus (Selbst-Transzendenz)**. (Indem du etwas Höherem dienst als deinem Ego, wachst du über dich hinaus.) Emergenz
SelbstTranszendenz
- In diesem evolutionären Prozess wachsen Systeme auch zusammen: Aus einer Ko-Existenz und Ko-Evolution wird **Inter-Existenz und Konvergenz**. Inter-Existenz
Konvergenz
Ein Paar aus ICH und DU wächst zusammen zu einem WIR. Und je mehr sich dieses Zusammenwachsen begründet auf der Selbstorganisation des einzelnen, desto mehr entsteht eine höhere Einheit, die sich ebenso nach dem Prinzip der Selbstorganisation weiterentfaltet.

Wenn wir so die Grundbedingungen der Selbst-Organisation zusammenfassen, können wir sie auch freisetzen. Es ist eine Art Befreiung zu sich selbst.

Praktisches Selbst-Management ist im ersten Schritt, diese Selbst-Organisation zur Entfaltung zu bringen, seine eigene Evolution im Prozess der Evolution des Ganzen anzuschieben. Die eigene Evolution starten Selbst-Organisation ist das grundlegende Schöpfungsprinzip, erlaubt im Schöpfungsprozess selbst Schöpfer zu werden.

⁷ Entfaltet in seinem Werk: »Lebensnetz« (1996)

Heilung geschehen lassen

Das große neue Paradigma der Wissenschaft lautet also:
Selbstbestimmung, Selbstorganisation und Selbst-erneuerung.

Je schneller wir dies in unser Leben umsetzen können, um so besser. Wir sind also in der Lage, uns selbst zu steuern und selbst zu regulieren. Dazu müssen wir nichts Großartiges tun. **Das ist unsere innere Intelligenz, die wir nur zur Entfaltung kommen lassen brauchen.**

Die innere Intelligenz

Kurt Tepperwein bringt auch dies wieder ganz einfach auf den Punkt: **Heilung geschehen lassen.**

Heilen können wir uns letztlich nur selbst. Das ist unser Wesensmerkmal als lebendes System (wir sind ja keine Maschine). **Doch für die Selbstheilung brauchen wir nicht viel zu tun, nur so viel, wie der Körper braucht, um sich selbst heilen zu können.** Und das ist vor allem das »richtige Bewusstsein«, ein heilsames Bewusstsein. Zum zweiten eine bestimmte Nahrungsergänzung, damit der Körper über alle Baustoffe verfügt, die er für die Selbstheilung braucht. Und drittens förderliche Verhaltensweisen wie Ruhe, Entspannung, genügend Schlaf, Bewegung und viel Sauerstoff.

1. Heilendes Bewusstsein
2. Nahrungsergänzung
3. Förderliches Verhalten

Wie viel Disharmonie in uns auch sein mag, **befreien wir unsere innere Kraft der Heilung, dann können wir sie geschehen lassen** - und nicht nur dann, wenn wir daran denken. Eine Wunde heilt auch ganz alleine, ohne dass wir ständig im höchsten Bewusstsein sein müssen.

Heilung geschehen lassen zu können ist eine große Prüfung, die zeigt, ob wir in der Lage sind, unsere Lebensdynamik zu befreien.

Die Prüfung

Sich selbst »managen« oder »führen«?

Fragen wir uns zunächst: Was heißt »managen« und was heißt »führen«?

Managen beantwortet die Frage: **Wie** mache ich es am besten? **Managen ist Technik**. Führen beantwortet die Frage: **Warum** mache ich es überhaupt. **Führen ist Bewusstsein**. WIE? und WARUM?

Beim Management interessiert es, wie man eine Leiter am schnellsten erklimmt, bei der Führung achtet man darauf, dass die Leiter auch am richtigen Haus steht. Dann kommt es natürlich auch darauf an, sie zu erklimmen. Denn eine Leiter, die nur am richtigen Haus steht (Führung) nutzt auch wenig, wenn sie nicht auch erklimmen wird (Management).

Managen ist, etwas richtig machen, Führen ist, das Richtige zu machen. Managen ist Effizienz, Führen ist Effektivität. Das Richtige und richtig

Am besten ist, man macht das Richtige auch richtig, man ist effektiv und effizient zugleich. Effektivität und Effizienz

Doch **vor** dem Management kommt immer die Führung. **Führungsfehler (die Leiter am falschen Haus) sind durch Management-Anstrengungen nicht mehr zu korrigieren.**

Managen können wir etwas, was sich selbst zu führen nicht in der Lage ist, dazu gehören alle nicht-lebenden Systeme wie maschinellen Produktionsprozesse. All das lässt sich effizienter managen. Prozesse managen - Menschen führen

Das jedoch, was sich selbst bestimmt und selbst nach den Gesetzen der Selbstorganisation führt, brauchen wir nicht mehr zu managen. Und das sind vor allem Menschen!

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Menschen, die der Führung bedürfen, sind keine auf Autonomie begründete lebendigen Systeme, die sich selbst bestimmen und regulieren, sondern Teile eines sie fremd bestimmenden Systems («Rädchen im Getriebe»), an das sie sich auf Gedeih und Verderb anpassen müssen. **Menschen, die noch der Führung bedürfen, sollten nur zu einem geführt werden: sich selbst führen zu können.**

Führen, sich selbst zu führen

Das hat eine Konsequenz, die auch einem Paradigmenwechsel im Umgang autonomer Menschen gleich kommt und die wir hier nur andeuten wollen: **Lass dich nicht (ver-)führen und führe nicht!** Gehe deinen eigenen Weg und erlaube dies jedem anderen auch. **Auch das ganze Konzept der Menschenführung muss neu überdacht werden.** Es ist gefangen im alten Paradigma der Fremdbestimmung.

Nicht führen - nicht führen lassen!

Wie aber ist es im Umgang mit uns selbst? Führen wir uns selbst oder managen wir uns selbst?

Wir führen uns selbst. Das genügt vollkommen. Aus der Selbst-Führung folgt eine spielerische und stimmige Selbstdisziplin, die des Selbst-Managements nicht mehr bedarf. Wir **führen** dem Körper wohl die richtigen Nahrungsmittel zu, die Verdauung brauchen wir aber nicht selbst zu **managen**, das vollzieht unser Körper ganz von selbst.

Sich selbst FÜHREN = Lebensführung

Dinge und Prozesse managen wir wohl um uns herum, jedoch nicht uns selbst.

Kurt Tepperwein bringt es wieder genau auf den Punkt: **Das Selbst führt sich selbst zum Selbst.** Das ist unser eigentliches und höchst praktisches Thema der Selbst-Führung.

Selbst-Führung statt Selbst-Management

Ordnung im Leben schaffen!

.....

Und doch: Kommt man zu Bewusstsein, dann ist der erste Schritt aus dieser erweiterten Lebensperspektive: **Sein Leben wieder neu in Ordnung zu bringen.**

Das ist sozusagen **der erste Akt als bewusster Schöpfer**: Ordnung schaffen im Leben, das Leben auf ein Organisationsniveau zu bringen, das diesem neuen Bewusstsein angemessen ist. Dazu gehören:

Der erste Akt!

- die Beziehung zur eigenen Gesundheit
- die Beziehung zur beruflichen Tätigkeit
- die Beziehung zu seinem eigenen Geschlecht (sich in der Haut als Mann oder Frau wohl fühlen)
- die Beziehung zu den eigenen Eltern
- die Beziehung zu den Kindern
- die Beziehung zum/r LebenspartnerIn
- die Beziehung zu Freunden
- die Beziehung zum Wohnort, zur Wohnung

Alle diese Bereiche warten auf eine ordnende Hand.

Selbst-Organisation als geistiges und schöpferisches Prinzip vollzieht sich sinnvoll organisierend.

Die eigene Ordnung im Leben ist eine Visitenkarte der Selbstbestimmung.

Ihre Visitenkarte

Sich selbst entfalten

.....

Sie werden **in diesem 1. Teil** der praktischen Selbst-Führung im Praxislehrgang auch wieder viele Gedanken finden, die Ihnen bereits vom Grund- und Aufbaulehrgang her vertraut sind.

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Eigentlich ist doch alles ganz einfach. Warum so viele Seiten, so viele Wiederholungen, so viele Rückbesinnungen?

Allen Carr ist ein Meister des Mental-Trainings. Er ist als »Nichtraucher-Papst« bekannt geworden und hat inzwischen auch Bücher veröffentlicht, wie man sich leicht von Alkohol und Übergewicht befreit.

Ein Meister des
Mental-Trainings

Er schreibt: Rauchen aufhören ist das einfachste der Welt. Und erläutert dies **auf 665 Seiten** in seinem Buch »Für immer Nichtraucher«. Man könnte meinen, da stimmt doch etwas nicht: **Wenn etwas ganz leicht ist, warum so viele Worte darum?**

Rauchen aufhören ist ganz leicht, wenn man keine Ausrede mehr gelten lässt. Und Allen Carr geht in seinem Buch jede nur denkbare Ausrede nach, warum Rauchen aufhören doch schwierig, oder zumindest in diesem Augenblick schwierig sein könnte. Er lässt keine Hintertür unbedacht. Das Buch ist eine - im wahrlich positiven Sinne verstandene: »Gehirnwäsche«. **Da bleibt im Denken kein Nebel, kein Rauch und kein Qualm mehr, sondern nur noch bestechende Klarheit.** Das ist Mental-Training pur.

Gedanken-
klarheit

Während es bei Allen Carr um das Loslassen bestimmter Laster geht, geht es bei Kurt Tepperwein um **das Gewinnen des Lebens**. Auch das ist ganz einfach: **Lebe dein Leben und nicht das eines anderen!**

Doch es ist von der Idee her einfach, aber in der Praxis nicht leicht, aus dem Reich der Fremdbestimmung ins Reich der Selbstbestimmung zu gelangen und dort das königliche Zepter zu ergreifen. Auch das bedarf einer **»Psychohygiene«**. Wir müssen alles »Unkraut« jäten, damit unsere »Kulturpflanzen« mehr Platz, Sonne, Nahrung und Wasser zum eigenen Wachsen haben.

Psychohygiene

Über das lineare und zyklische Denken hinaus

Wir entfalten uns nicht mit einem Schlag, sondern **Schritt für Schritt, erklimmen so neue Stufen.** Bevor wir nicht EINS mit uns selbst geworden sind, können nicht EINS werden mit dem DU, nicht EINS werden mit der Gemeinschaft und auch nicht EINS werden mit Gott.

Schritt für Schritt

Erleuchtung auf einen Schlag wie ein Blitz würde uns eher in eine spirituelle Krise stürzen als wirklich Befreiung bringen. Es wäre verwirrend und unbegreiflich, würde uns mehr schaden als nutzen. Also genießen wir geduldig das Spiel. **Unser Lehrplan auf diesem Planeten heißt »Mensch sein«, also entfalten wir unsere Menschlichkeit. (Da ist noch viel zu tun!)**

Wenn wir Schritt für Schritt vorgehen, könnte das den Eindruck eines linearen Weges machen. Das ist nicht der Fall, oder muss es zumindest nicht sein.

Linear denken heißt nicht nur geradlinig (wie ein Lineal) denken, sondern auch progressiv. Symbol des linearen Denkens ist der nach oben gerichtete Pfeil:

Linear denken

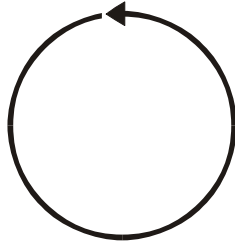


Linear denken gilt als männlich. Es ist die Macht des Fortschrittsglaubens im Patriarchats, aber auch seine ganze Ohnmacht.

Zyklisch denken heißt, sich im Kreise zu bewegen. Die Natur ist voll von Zyklen: Tag und Nacht, Frühling, Sommer, Herbst und Winter, Ebbe und Flut, die sicherlich bekanntesten. Aber auch unser Körper kennt viele Zyklen: Nahrungs-Aufnahme, Verdauung, Reinigung (je 8 Stunden).

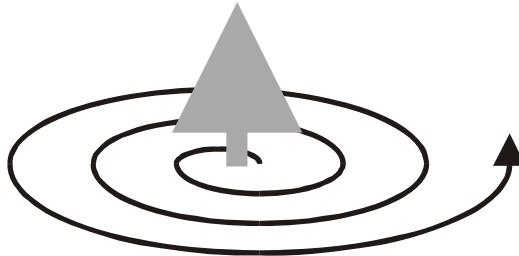
Zyklisch denken

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung



Zyklisches Denken gilt als weiblich, die Frauen mehr in die Zyklen der Natur eingebunden sind.

Eine Synthese zwischen linearem und zyklischem Denken ist das Denken in der Form einer sich öffnenden und entfaltenden Spirale: Die Synthese



Dieses Denken ist sowohl progressiv - es gibt eine Höherentwicklung -, wie auch zyklisch - wir durchleben immer wieder die gleichen Themen - das aber auf einer jeweils höheren Ebene.

Wenn wir also **Schritte vollziehen**, dabei nicht den dritten Schritt vor dem zweiten tun und in der Zeit bleiben, **dann sind wir auf dem Weg.**

So durchleben wir auch in diesen Lehrgängen immer wieder die gleichen Themen, doch auf einer immer höheren Ebene und mit tieferem Verständnis. Und am Ende ist wirklich alles ganz einfach, das Leben wird heiter und gelassen.

Die Spirale der SELBST-Entfaltung



Wir erkennen **sechs bzw. sieben Felder** (Bereiche), die wir im schöpferischen Akt durchschreiten:

Das erste Feld ist gleich dem siebenten Feld, der Anfang ist das Ende: SEIN. Jede Schöpfung beginnt im SEIN und endet im SEIN, doch auf einer immer höheren Stufe. **Die siebente Stufe ist in der Entfaltung der Spirale die erste auf einer höheren Ebene.**

1. Feld /
7. Feld

SEIN gilt vor allem für das HIER und JETZT. Ganz im Hier und Jetzt zu sein, denn nur da findet Leben und Schöpfung statt. Schöpfung kann man nicht in der Vergangenheit verursachen, auch nicht in der Zukunft, sondern nur im Hier und Jetzt. Ohne zu SEIN, lässt sich nichts erreichen.

Es gilt aber auch Schöpfer zu SEIN. Doch damit entfaltet sich schon **eine Spannung**: Schöpfer ist vor allem einer, der »schöpft«, d.h. etwas tut und nicht einfach nur IST.

1. Vom Selbst-Management zur Selbst-Führung

Diese Spannung öffnet uns für das Empfangen von Visionen, Träumen, Wünschen, Intuition, Inspiration, **das zweite Feld**. Der Sender ist **unser Herz**, unsere Mitte. Unser Herz weiß, was für uns richtig und gut ist, was unser Weg ist. Indem wir uns ihm öffnen, können wir unser eigentliches Leben führen. 2. Feld

Doch Visionen sind nur Möglichkeiten. Sie umzusetzen ist das Thema des **dritten Feldes: die Gedankenform** zu schaffen, in die wir manifestieren können. 3. Feld

Diese Kunst des eigenen Denkens nennt Prof. Kurt Tepperwein: »Die Zukunft in den verschiedenen Alternativen anprobieren und das Stimmige in Besitz nehmen.«

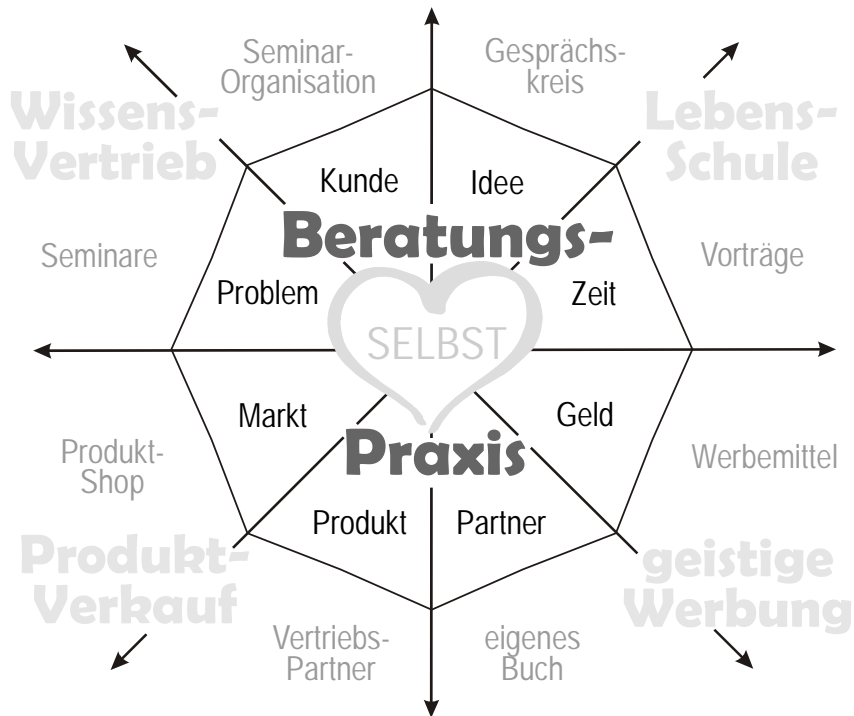
Das, was dabei zu tun ist (mit den Händen oder dem Kopf) **im vierten Feld** hat immer drei Dimensionen, »Handeln im Dreiklang«: Es gilt in diesem Prozess **immer** etwas zu bewahren, loszulassen und zu ändern (erneuern). 4. Feld

Das fünfte Feld ist das Feld des Glaubens, die letzte Prüfung für die Manifestation. Es ist nur das erreichbar, woran man glauben kann. Die Glaubensstärke richtet sich nach **der inneren Dimension**. Sind wir »kleingläubig« oder glauben wir auch »Unmögliches«. Glaube ist immer eine innere Gewissheit. Nur der Glaube hat wirklichkeits-schaffende Kraft, der sich seiner selbst gewiss ist. 5. Feld

Kein schöpferischer Akt, keine Manifestation ohne loslassen - wie ein Pfeil, damit er sein Ziel erreichen kann, **das sechste Feld**. Loslassen begibt uns in den Zustand der Hingabe an das Leben. Hingabe ist die Quelle des Glücks, das Ziel des SEINs. 6. Feld

Möge **diese Karte** der Entfaltungsspirale Ihnen bei der Reise durch den ersten Teil behilflich sein.

2. Teil: Geschäfts-Führung



Im Mittelpunkt des TEIL II steht **die Geschäftsführung** der Beratungs-Praxis in ihren 8 Bereichen:

- Der optimale Umgang mit der **Geschäftsidee**
- Der optimale Umgang mit **Zeit**
- Der optimale Umgang mit **Geld**
- Der optimale Umgang mit **Partnern**
- Der optimale Umgang mit dem **Produkt**
- Der optimale Umgang mit dem **Markt**
- Der optimale Umgang mit **Problemen**
- Der optimale Umgang mit **Kunden**

Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Erfolgreich selbständig!

.....

Gleich-gültig,

- ob Sie **als Selbständiger** eine Beratungs-Praxis bereits führen (Heilpraktiker, Unternehmensberater, Lebensberater, ...)
- oder ob Sie sich mit einer Beratungs-Praxis erst **(neben- oder hauptberuflich) selbständig machen wollen,**

es gilt bestimmte Regeln einzuhalten, um eine solche Beratungs-Praxis zielsicher zum Erfolg zu führen.

Gerade **bevor man sich selbständig macht**, sollten bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein, um dieses **größte Abenteuer des Lebens** zu einem Lebenserfolg zu führen.

Das größte Abenteuer Ihres Lebens?

Denn viele scheitern bereits, bevor sie überhaupt begonnen haben. Kurt Tepperwein sagt: »Am Anfang stehen Gewinner und Verlierer schon fest.« Es geht darum, gleich die richtigen Ursachen zu setzen. Wenn man Kartoffeln **ernten** will, sollte man nicht Kraut und Rüben **säen**.

Setzen Sie die richtigen Ursachen!

Aber auch nach der formalen Selbständigkeit und bereits laufender Beratungs-Praxis können Fehler korrigiert werden, kann eine Beratungs-Praxis **aus einer Krise wieder zum Erfolg** geführt werden.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Dann gilt es, **das vor der Gründung Versäumte, die nicht vollständig durchgeführten Hausaufgaben zu Ende zu bringen**, mit den so gewonnenen Erfahrungen sozusagen noch einmal zu starten!

Nachfolgende redaktionelle umfangreiche Einführung ist also für eine bestehende Beratungs-Praxis wie die Vorbereitung für eine Gründung gleichermaßen wichtig.

Die acht Bereiche der Geschäfts-Führung

.....

Am Anfang steht, wir wiederholen es hier, der Umgang mit sich selbst (Inhalt des ersten Teils): Selbstorganisation, Selbstwertgefühl, **Selbstführung** und Selbstbewusstsein. Das ist der erste Sieg, der Sieg an der Innenseite, **der liebevolle Sieg des Herzens** über den Verstand, das EGO (die Egozentrik).

In der zweiten Phase der Aufmerksamkeit ist die Beratungs-Praxis das »Außen«. Nach dem inneren Sieg folgt der äußere, in unserer Grafik als Oktaeder (mit seinen acht Bereichen) dargestellt (vorletzte Seite).

Aber, um hier die nächsten Teile vorwegzunehmen: Dieser Bereich der Geschäftsführung ist im gewissen Sinne auch »innen« gegenüber dem »äußeren Markt«. Denn die eigene Praxis hat eine klar definierte Grenze nach außen. Die acht Bereiche der Geschäftsführung sind also sowohl »außen« (gegenüber mir SELBST als GeschäftsführerIn) als auch ein »innen« gegenüber dem »Markt«.

In diesem zweiten Teil gilt unsere Aufmerksamkeit den **acht Bereichen erfolgreicher Geschäftsführung**. Der folgende Teil 3 (Band 2 des Lehrgangs) gilt **dann dem Thema des »offensiven Marketings«**, der **Marktführung, dem endgültigen Sieg im AUSSEN**.



2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Der Markt selbst ist dabei grenzenlos, wie es auch unsere Grafik andeuten will, da sie nach außen nicht begrenzt ist.

Alle acht Bereiche (wir werden sie gleich genauer entfalten) **sind gleich wichtig. Wird auch nur ein Bereich vernachlässigt, so ist das ganze Unternehmen in Gefahr, das Entstehen von Problemen und Krisen nicht zu vermeiden.**

1. Der optimale Umgang mit der Geschäftsidee

Es geht in der Entfaltung des ersten Teils mehr als nur die Geschäftsidee. Dieser Bereich beinhaltet:

- die persönliche und Unternehmens-Vision
- die Geschäftsidee (Mission)
- die Konzeption (Ziele, Pläne)
- das Projekt-Management
- Identität des Geschäfts
(der Firma / des Unternehmens)
- die Markenbildung

Sechs Bereiche
der Geschäfts-
idee

Am Anfang steht die Idee, das Konzept, die Vision.

Der eine hat plötzlich eine zündende Geschäftsidee. Die andere fühlt sich von einer Lebensvision geführt. Der Dritte erwirbt eine bereits fertig ausgearbeitete Geschäftskonzeption. Der Zugang zu diesem ersten Bereich kann sehr unterschiedlich sein, doch **am Ende sollten Vision, Geschäftsidee und Geschäftskonzept einen harmonischen Einklang bilden.**

1. DIE VISION

Eine Vision, die sich nicht in eine missionarische Geschäftsidee umsetzt und keine konkreten Konzepte entfaltet, bleibt eine Träumerei. **Eine Geschäftsidee**, die nicht von der Leidenschaft einer Vision getragen wird,

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

verliert die Puste, wird mit der Zeit blutarm. Ein von Fremden erworbenes **Konzept** (z.B. Franchising), das nicht mit der **eigenen** Vision und einer **originellen** Geschäftsidee seine Einzigartigkeit erfährt, ist von vorne herein schon ein todegeborenes Kind.

Alle drei Dimensionen gehören unverzichtbar zum erfolgreichen Beginn der Selbständigkeit: Die Vision, die Mission (einzigartige Geschäftsidee) und das Konzept.

Die Vision könnte zum Beispiel lauten: *Ich fühle mich dazu berufen, Katalysator für andere Menschen zu SEIN, um durch Bücher, Seminare, Beratung und meinem SO-SEIN Erfolgswissen und heilsames Bewusstsein zu vermitteln, die Menschen in allen Lebensbereichen an sich SELBST zu er-innern und schöpferisch als SELBST im Leben zu wirken. Damit diene ich der Heilung des Planeten Erde.* Eine solche Vision gilt für das ganze Leben.

Die Mission und Geschäftsidee aus einer solchen Vision könnte zum Beispiel lauten: *Ich gründe eine Lebens-Beratungs-Praxis mit dem Schwerpunkt Partnerschafts-Mentoring. Die stärkste und heilsamste Kraft ist die Kraft der Liebe. Gerade am Mangel an Liebe (zwischen den Geschlechtern und den Generationen) leiden die Menschen am meisten. Ich erwecke die Herz-Intelligenz bei meinen Kunden, damit sie ihre Liebesbeziehungen und zwischenmenschlichen Beziehungen optimal gestalten können.* Das könnte eine Geschäftsidee für vielleicht 10 Jahre sein. Nach 10 Jahren machen Sie etwas anderes, um Ihre Vision noch besser leben zu können.

2. DIE MISSION

Das Konzept entfaltet aus dieser Idee einen konkreten Handlungsplan. **Hier wird die Idee zu konkreten Zielen und Plänen zur Erreichung der Teilziele »operationalisiert«, handlungsfähig gemacht.**

3. DAS KONZEPT

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Am besten unterteilt man das Konzept in verschiedene, zeitlich begrenzte und überschaubare **Projekte**. Sie könnten zum Beispiel lauten:

4. DAS
PROJEKT-
MANAGEMENT

Projekt 1: fachliche Ausbildung

(z.B. Ausbildung zur Partnerschafts-Beraterin)

Projekt 2: betriebliche Ausbildung

(Themen wie: Projektmanagement, Buchhaltung, Computer, Betriebsführung, Marketing, Existenzgründer-Hilfen), Ziel: erfolgreiche Geschäftsführung von zu Hause aus.

Projekt 3: nebenberuflicher Start

(Aufbau eines Netzwerkes, Gesprächskreise, Vorträge, Produkt-Verkauf, Seminare) Ziel: Erfahrung und Kapitalakkumulation, um die Beratungs-Praxis von zu Hause aus in eigene Geschäftsräume zu verlagern und damit hauptberuflich Geld zu verdienen.

In der konkreten Umsetzung von Konzepten ist es sehr ratsam, in konkreten Projekten zu denken. **Projektmanagement** ist eine bedeutsame Fähigkeit für einen erfolgreichen Geschäftsbetrieb.

Der erfolgreiche Umgang mit der Geschäftsidee umfasst darüber hinaus noch andere Themen:

Entfalten Sie eine profilierte Identität für Ihr Geschäft! Eine starke Identität hat etwas mit Selbst-Bewusstsein zu tun, das aus allen Poren des Geschäftes heraus strahlt. Alles, was zu Ihrem Geschäft gehört, ist unverkennbar ein Teil dieser Identität. Zu dieser Identität gehört **ein einheitliches und harmonisches Erscheinungsbild**, angefangen von Ihrem Auftreten, Ihrer Ausstrahlung, Ihrer Stimme, Ihrer Visitenkarten, Ihren Werbemitteln, Ihrem Anrufbeantworter, Ihrer Art, den Kunden DANKE zu sagen - und so weiter.

5. DIE IDENTITÄT

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Vision, Mission und Geschäftsidee prägen die Identität Ihres Unternehmens. Möglicherweise wechseln Sie Produkte. Vielleicht (hoffentlich?!) haben die in 5 Jahren eine ganz andere Produktpalette. **Doch die Identität Ihres Unternehmens wird immer die gleiche bleiben.**

Das heißt mit anderen Worten: **Sie und Ihr Geschäft sind zu einer MARKE geworden.** Dann haben Sie echt gewonnen. **Diese gelungene Markenbildung** ist die stärkste Ausdrucksform des ersten Bereichs Ihres Geschäftes: der optimale Umgang mit der Idee.

6. DIE MARKEN-
BILDUNG

Es gilt also **schon zu Beginn an** die Aufmerksamkeit darauf zu lenken, sich als Marke auf dem Markt zu profilieren. Wenn man ein Hemd, eine Bluse zuknöpft, muss man dies schon beim ersten Knopf richtig »in die Reihe bekommen«.

Diese **Marken-Bildung** vollzieht sich über:

- die identitätsbildende **Vision**
- **Werte**, die Sie mit Ihrem Geschäft (Ihren Mitarbeitern), mit Ihrem Produkt vermitteln
- eine verbindliche **Deklaration**, was Sie im Markt wollen und was Ihre Einzigartigkeit ausmacht
- der **Name**, der Name der Firma, **Ruf und Image**, die Sie sich im Markt erwerben
- das **Logo**, das **Erscheinungsbild** und letztlich
- die **Erfahrungen**, die der Markt mit Ihrem Geschäft macht.

Das macht Ihre
MARKE aus

In der Bibel heißt es, am Anfang war **das WORT**. Bei einem Geschäft muss es heißen: Am Anfang ist **die IDEE**. So entfaltet sich **der schöpferische GEIST**.

2. Der optimale Umgang mit der Zeit

.....

Es heißt: »Eine Idee ist nicht mehr aufzuhalten, **deren Zeit gekommen ist.**« Eine weltverändernde Idee entfaltet sich **in der Zeit**. Dieser Bereich erfolgreicher Geschäftsführung umfasst die Themen:

- In der Zeit sein, präsent sein
- Stress-Management
- Prozesse reifen lassen,
ein Produkt zur Marktreife führen
- terminorientiertes Zielmanagement
- im Trend liegen
- Trendsetter sein

6 Bereiche
des Umgangs
mit der Zeit

Zeit ist nach dem Geist, der Vision, der Idee die allerwichtigste Ressource Ihres Geschäfts. Geld kann man verlieren und wieder gewinnen. Doch verlorene Zeit ist und bleibt verloren. Wir müssen vor allen Dingen lernen, mit der Zeit **gewinn- und energiebringend** umzugehen. Das ist das eigentliche Thema dieses zweiten Bereichs erfolgreicher Geschäftsführung.

In der Zeit sein, sie optimal zu nutzen, heißt vor allen Dingen: **als Mensch selbst präsent zu sein.** Damit beginnt der optimale Umgang mit der Zeit: die Vergangenheit als belastender Rucksack abstreifen, wirklich im Hier und Jetzt zu leben, **geistesgegenwärtig** im wahren Sinne des Wortes zu sein.

1. PRÄSENT
SEIN

Die meisten Menschen leben viel zu sehr in der Vergangenheit oder in der Zukunft, sind nicht wirklich präsent. Im JETZT zu leben heißt, in diesen 3 Sekunden des JETZT zu tun, was zu tun ist und nichts anderes.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Hinweis zum Verständnis: Wenn Sie **essen**, genießen Sie das Essen oder sind Sie beim Essen mit Ihren Gedanken in Vergangenheitsbewältigung oder Zukunftsplanung? **Sind Sie beim Essen präsent, essen genießend und machen nichts anderes?** Hier fängt es bei Ihnen ganz persönlich an, wirklich **in der Zeit** zu sein.

Zeit-Management ist Stress-Management. Wir geraten nur dann in Stress, wenn wir nicht stimmig in der Zeit sind. **Stress bedeutet Zeitdruck, Unstimmigkeit in der Zeit.** Wenn wir jedoch stimmig in der Zeit sind, im Fluss, in der Bewegung, dann brauchen wir nicht zu kämpfen, dann brauchen wir keine Energie zu verschleudern, **dann leben wir nicht nur stressfrei, sondern auch energieaufbauend.**

2. STRESS-
MANAGEMENT

Stress ist als Symptom ein deutliches Signal, dass wir **im Kampf gegen die Zeit** sind (ein solcher **Kampf** ist nicht zu gewinnen - oft macht ein Herzinfarkt diesem **Kampf** ein Ende). Stress kann man nicht bekämpfen (das ist Energieverschwendung weil nutzlos!), sondern nur durch den optimalen Umgang mit der Zeit **überflüssig machen. Die Heilung vom SYMPTOM STRESS geschieht im optimalen Umgang mit der Zeit.**

Das Gefühl des Stresses ist ein Zeichen von Inkohärenz⁸, während der kohärente Fluss in der Zeit **zu einem Gefühl des Glücks führt.** Glück ist das Gegenteil von Stress und ein Zeichen, dass man in der Zeit ist, besser noch: außerhalb der Zeit. **Vollzieht man Dinge mit Leidenschaft und in einem Glücksgefühl, scheint die Zeit nicht mehr existent zu sein. IN DER ZEIT gibt es keine mehr.** Das ist die Ewigkeit des JETZT.

Stress ist immer ein Zeichen, dass Sie nicht im Fluss sind

⁸ Laserlicht ist **kohärent**. Das Licht in einer normalen Glühbirne dagegen **inkohärent**. Mit einem 60 Watt Laserlampe ließe sich ein Loch in die Sonne brennen, so energiegeladen ist Kohärenz.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Wir sagen: »Alles zu seiner Zeit!«, doch berücksichtigen die Weisheit dieser Regel nur selten.

Eine (Geschäfts-) Idee, deren Zeit gekommen ist, kann bahnbrechend sein. **Ein »zu früh« oder »zu spät« jedoch raubt einer guten Idee alle Lebenskraft.** Eine Idee, die VOR IHRER ZEIT auf den Markt kommt, ist genauso zum Scheitern verurteilt wie eine Idee, die zu spät Marktreife entwickelt und so ein »Mitbewerber« das Feld schon besetzt hat.

Ein Produkt muss für den Markt reif sein. Es braucht eine gewisse **Produkt-Entwicklungszeit**, um sich nicht als halbfertig auf dem Markt selbst zu disqualifizieren. Ein Produkt muss **beeindrucken, anziehend sein, Professionalität ausstrahlen**. Erst dann ist es »marktreif«.

3. MARKTREIFE

Darauf folgt zwingend: Für jedes neue Produkt ist es unumgänglich, seine Reife vor der offiziellen Markteinführung in einem »Testmarkt« zu prüfen: das Produkt Testkunden vorzustellen und mit dem Urteil der Kunden zur Marktreife zu bringen. Das ist **der entscheidende Schritt zur »Implementierung« eines marktreifen Produktes**. Sich diese Zeit im Anfang nicht zu nehmen, wird in Zukunft viel Zeit kosten. Wie bei Monopoly, wenn man auf das Feld kommt: **Zurück auf START!**

Der optimale Umgang mit der Zeit bedeutet auch ein **exzellentes Ziel-Management**.

4. ZIELE IN DER ZEIT

Ein **Ziel** ist nur dann »operationalisierbar« (= in Handlungsschritte umsetzbar), wenn es **in die Zeit eingebunden ist**.

*Beispiel: Eine Formulierung »Ich bilde mich zur Partnerschafts-Beraterin aus« ist keine Zielformulierung, sondern lediglich eine Absichtserklärung. Formulieren Sie dagegen: »Ich habe meine Ausbildung zur Partnerschafts-Beraterin **bis zum (DATUM)** abgeschlossen«,*

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

haben Sie **aus einer Absicht ein Ziel** formuliert, Ihre Absicht in eine **Zeitlinie** gebracht. Kurz: **Ziel-Management ist immer Zeit-Management, der optimale Umgang mit der Zeit, um Ziele zu erreichen.** Das bedeutet:

- **Zeiträuber** aus dem Terminkalender streichen, also Dinge, die nichts zur Zielerreichung beitragen oder delegiert werden können
- sich **Zeit für das Wesentliche** nehmen
- Ziele in **ein stimmiges Datum** zu bringen
- Termine **kontrollieren und einhalten**

Mit der eigenen Geschäftsidee »in der Zeit sein« heißt auch, **Trends zu berücksichtigen. Trends sind für ein Geschäft: Rückenwind.** 5. VOLL
IM TREND

Zu solchen fundamentalen gesellschaftlichen Trends gehören z.B. »Frauen-Emanzipation« und »Mannzipation« (ein Sprachspiel für die Befreiung des Mannes). Die Frage ist also: Fördert mein Geschäft diese Trends, »surft« mein Unternehmen auf dieser Trendwelle? Oder als Frage noch »handlungsorientierter« formuliert: **Wie kann ich meine Geschäftsidee mit diesen Trends in Verbindung bringen?**

*Also: Was hat -um in unserem konkreten Beispiel zu bleiben - »Partnerschafts-Beratung« mit den beiden gesellschaftlichen Trends der Frauenemanzipation und Mannzipation zu tun? Offensichtlich eine Menge! Die Frage lautet jetzt also ganz konkret: Wie gestalte ich Partnerschafts-Beratung so, dass sie **sowohl emanzipierend für Frau als auch für Mann ist?***

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Zur Vertiefung dieses Themas empfehlen wir ganz dringend das Buch von Faith Popcorn: »Clicking«. Der neue POPCORN-REPORT, Trends für unsere Zukunft.

Lesen
Sie Bücher
über Trends

Dieses Buch stellt **16 Haupttrends** dar und Methoden, wie eine Geschäftsidee sich in diese Trends »einklinken« kann, so dass es **»click!«** macht (das heißt »Clicking«).

Ein weiteres Thema im optimalen Umgang mit der Zeit ist es, Trends nicht nur als Rückenwind zu nutzen, sondern **selbst Trendsetter zu sein, d.h. Trends selbst zu setzen!** Das ist natürlich ein Thema für die Besten der Besten. (Aber Sie gehören doch dazu, oder?!)

6. TREND-
SETTER

Wenn wir hier wieder bei unserem Beispiel bleiben: Ein echt **neuer Trend** wäre **»PAARzipation«**, **also die Befreiung von Frau und Mann als Paar!**

Die Befreiung von Mann und Frau sind zur Zeit noch zwei getrennte Ströme, jede/r geht seinen/ihren eigenen Weg. Doch die Zeit ist wirklich **reif, unsere Befreiung auch als Paar** zu leben. Denn erst dann kann die Befreiung von Mann und Frau wirklich zur Vollendung führen. (Wir streben als spirituelle Menschen die Einheit mit Gott an, sind aber **nicht einmal in der Lage, die Einheit mit dem anderen Geschlecht** zu leben! Was haben wir noch für einen Weg vor uns!)

Noch einen Gedanken dazu: Eine echte PAARzipation ist nur spirituell denkbar, denn sie erfordert die Überschreitung von Egozentrik. PAARzipation realisiert den spirituellen Kern: Wir sind alle EINS.

*Sind **SIE** bereit, für diesen noch nicht sichtbaren Trend der PAARzipation ein **TRENDSETTER** zu werden?! Die Zeit ist reif! (Wir sind natürlich immer noch hauteng beim Thema, dem optimalen Umgang mit der Zeit!) Als Trendsetter sind Sie **Zeitgestalter!** Das ist eine neue Dimension im Umgang mit der Zeit.*

3. Der optimale Umgang mit Geld

.....

Eine Idee schwebt zunächst im Himmel. Ist sie dann in die Zeit gebunden, nähert sie sich der Erde. **Doch erst der optimale Umgang mit Geld erdet die Idee, erhält die Idee Boden unter den Füßen.** Dieser Bereich erfolgreicher Geschäftsführung umfasst:

- wirtschaftliche Betriebsführung
- Erwirtschaftung von Gewinn
- Energie-Aufbau
- Wert und Wertschöpfung
- Informationsmanagement (Computer)
- Kapitalbeschaffung

6 Bereiche des Umgangs mit Geld-Energie

Die **Art des Geldflusses** im Unternehmen ist ein untrügliches Zeichen für **die Qualität der Betriebsführung, der Bewirtschaftung, der Wirtschaftlichkeit.** Wirtschaften heißt, mit den vorhandenen Mitteln und Ressourcen (Zeit, Geld, Rohstoffe, Energie, Menschen) **sparsam** umzugehen. (Verschwenderisch können wir dann mit Liebe sein.)

1. WIRTSCHAFTLICHKEIT

In diesem Bereich geht es darum, das Geschäft **energieaufbauend und wertschaffend** zu organisieren und damit **Gewinn** zu erzielen. Das ist das Kriterium **der Lebensfähigkeit eines Systems.** Das kommt letztlich **in Geldwerten zum sichtbaren Ausdruck:** Liquidität (Zahlungsfähigkeit), Umsatz, Gewinn nach Steuern, Rentabilität (Wirtschaftlichkeit), Rücklagen für Investitionen.

2. ERWIRTSCHAFTEN VON GEWINN

Gewinn ist aber mehr als nur **Geld-Gewinn.** Er ist auch **Energie-Gewinn, Zeit-Gewinn** und **Wert-Gewinn:**

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Das Geschäft generiert (bildet) einen **Wert für sich und den Kunden**. Das macht es **wertvoll**. Daraus ergibt sich **ein Preis**, den der Kunde für das Produkt (inkl. Dienstleistung) zu zahlen bereit ist. Aus der Differenz zwischen erzieltm Preis und aufgewendeten Kosten ergibt sich der Gewinn: $\text{Preis} - \text{Kosten} = \text{Gewinn} = \text{Lebensfähigkeit}$.

Diesen gewinnbringenden Geldfluss, den Energieaufbau, die Wertschöpfung, die Zeitersparnis zu generieren, ist **die zentrale Aufgabe der Betriebsführung**. Und der **optimale Geldfluss** ist der Maßstab dessen, wie diese Führung gelingt und gelungen ist.

3. ENERGIE-
AUFBAU

Gewinnbringende Fragen sind:

- Welche Mittel und **Ressourcen** stehen mir zur Verfügung?
- Wie gehe ich mit ihnen **sparsam** um?
- Wie arrangiere ich sie so, dass ich daraus für mich, für meine Partner (z.B. Mitarbeiter), für mein Geschäft und meine Kunden ein gewinnbringendes und energieaufbauendes **System** generiere?

Und letztlich die Frage. **Worin äußert sich dieser Gewinn?** Wie wird er sichtbar? Das könnte sein:

- Eine **höhere Lebensqualität** für alle im und am Geschäft beteiligten (von meinen eigenen Kindern bis zu den Kindern meiner Kunden)
- Die Begleiter des Geschäfts sind **Freude und Glück**, wenn ich in die Augen der Kunden und meiner Mitarbeiter, meines Lebenspartners und Kinder sehe, sie auch im Spiegel erkenne.
- **Das Geschäft wächst, prosperiert**. Es schafft Fluss und Überfluss, es ist immer genügend Geld für Investitionen und Kapitalrückbildung (Reserven) da.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Das Geschäft bildet Werte (materielle und immaterielle, aber auch ethische!) und realisiert diese »potenziellen« Werte im Markt durch Verkauf und so geschaffenen Geldrückfluss.

4. WERT-
BILDUNG

Überschauen wir diese Wertbildung. Die **Quelle der Wertbildung** kommt von innen:

- der Wert Ihrer **Potenziale**, Ihrer Ideen, Ihrer Kreativität, Ihrer Genialität
- die Kraft Ihrer **Vision** und ihr Wert für die Welt
- die **Begeisterung und Leidenschaft** in Ihrem Handeln
- das Kraftfeld der **Integration** in Ihrem Geschäft
- der **Selbstwert**, den Sie sich geben (Ihre innere Dimension)
- die ethischen **Werte**, die Sie zum Leuchten bringen

Alles das sind ideelle, immaterielle Werte. **Geld ist das Medium zwischen Geist und Materie, macht aus immateriellen Werten materielle, hat transformierende Kraft.**

Um diese **Wertbildungskette im Fluss des Geldes** zu optimieren gilt:

Wie Sie die Wertbildungs-
kette optimieren

- preisgünstiger Einkauf von »Rohstoff«
- sparsame Betriebs- und Herstellungskosten
- Abbau interner Reibungsverluste
- minimierte Werbekosten, die das Produkt optimal im Markt bekannt machen
- gewinnbringender Preis des Produktes, marktgerechte Preispolitik
- überzeugender und effektiver Nutzen (Wert, Gewinn) für den Kunden.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Um den **wertbildenden Geldfluss** optimal und effizient zu kanalisieren, ist die **Nutzung moderner, digitaler⁹ Informations-Technologie** unabdingbar:

5.
INFORMATIONSMANAGEMENT

- **Computer** als Werkzeug zur Erstellung und Speicherung von digitaler Information
- **Telekommunikation** (ONLINE-Schaltung des Computers) zur Übermittlung von digitaler Information
- **Computervernetzung** (Internet, Intranet) zur Gewinnung und Verteilung der Information

Zur **optimalen Betriebsführung** gehören heute grundlegende Kenntnisse in dieser Technologie und die Anwendung von Computerprogrammen unverzichtbar dazu.

Eine sehr delikate Frage ist die der Kapitalbeschaffung für das Geschäft, Existenzgründerkredite, Investitionskredite. Es ist der Prüfstein einer intelligenten Betriebsführung.

6. KAPITALBESCHAFFUNG

So lange Sie noch das Gefühl haben, einen Kredit von einer Bank zu brauchen, um Ihr Geschäft starten zu können, ist Ihre Geschäftsidee höchst wahrscheinlich noch nicht ausgereift und sie erliegen dem Irrlicht der Bequemlichkeit. **Ein Kredit scheint nur den Weg zu verkürzen, ist aber in den allermeisten Fällen ein eher qualvoller und kostspieliger Umweg.** Häufig scheitern Unternehmen unter Kreditbelastung (weil das Geschäft noch nicht marktreif war). Es ist nicht nur pleite, sondern die Verpflichtungen sind noch Jahre abzuleisten.

Kredit kann eine kostspieliger Umweg sein

⁹ **digital** = alle Information wird auf die kleinste Informationseinheit gebracht (1 Bit) und durch nur zwei Zeichen 0 und 1 darstellbar gemacht. Diese beiden Zeichen sind sozusagen ein Morsealphabet mit nur zwei Buchstaben: EIN und AUS.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Ein solcher Weg in die Selbständigkeit führt dann zur Abhängigkeit von Banken.

Selbständigkeit
= Abhängigkeit
von Banken?!

Das soll nicht bedeuten, dass Kredite grundsätzlich in die Pleite führen, sondern diese Überlegungen sollen zum Nachdenken anregen, ob Kreditaufnahme wirklich der Königsweg ist. Denn gerade an diesem Punkt machen die meisten Existenzgründer einen ganz gravierenden Fehler: **Sie kaufen Geld, weil sie keins haben.** Diese irrwitzige Situation birgt viele Gefahren, kann sehr leicht in unnötigen Druck und eine Abwärtsspirale führen. Statt so schnell wie möglich selbst zu verdienen, **wird an ihnen verdient.**

Das Zitat trifft die Situation nicht ganz, weil es um Privat- und nicht Geschäftskredite geht, regt aber zum Nachdenken an: »Warum kaufen so viele Menschen mit Geld, das sie nicht haben, Dinge, die sie nicht brauchen, um Leuten zu imponieren, die sie nicht mögen?« (Reinhard K. Sprenger: Die Entscheidung liegt bei dir, S. 124)

Ein geistiges Gesetz besagt: »Du hast immer alles, was du brauchst.« Wir ergänzen: ... **für den nächsten Schritt!** Wenn Sie glauben, für den nächsten Schritt sich Geld ausleihen zu müssen, **dann wird dies vermutlich nicht der nächste Schritt sein!** Dieses Gesetz sollte immer der Ausgangspunkt Ihrer Überlegung sein, ob Sie für Ihr Unternehmen (beim Start oder später) einen Kredit, eine Fremdfinanzierung brauchen.

Du hast immer
alles, was du
brauchst.

Fragen Sie sich also als erstes immer: »Brauche ich wirklich einen Kredit oder kann ich die nächsten Schritte auch ohne geliehenes Geld vollziehen?« Und Sie werden in den meisten Fällen feststellen: **Sie haben alles, was Sie für den nächsten Schritt brauchen. Und aus dem, was sie haben, was Ihnen augenblicklich zur Verfügung steht, können Sie auch erkennen, was der nächste Schritt ist.**

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Wenn Ihre Geschäftsidee wirklich reif ist, brauchen Sie wahrscheinlich dem Geld (über Kredite) nicht hinter her zu laufen, sondern kommt es von selbst zu Ihnen. So könnte plötzlich ein finanzkräftiger Geschäftspartner in Erscheinung treten, der Ihrem Projekt die dann nötigen **finanziellen Flügel für Höhenflüge verleiht.**

GELD nicht hinterher laufen!

Noch einmal: Wir sprechen uns hier **nicht grundsätzlich** gegen Kredite aus, sondern für den überaus achtsamen Umgang damit, Geld zu leihen. Kredite aufnehmen ist in der Regel **kein Ausdruck von Wohlstands-, sondern Mangelbewusstsein.** Und sicherlich gilt die Formel: **mehr Intelligenz investieren = weniger Kredit benötigen.**

Weil diese Gedanken so überaus wichtig sind, wollen wir sie hier noch etwas weiter entfalten und vertiefen:

Ein Kredit kann eine Falle sein. Nehmen wir an, Sie bekommen den Kredit und schwimmen kurzfristig in Geld. Die Falle lautet: Das Geld verschwenderisch auszugeben und für Dinge zu investieren, die Sie in Wirklichkeit noch gar nicht brauchen. **Das geliehene Geld ist Opium, das Sie in einer so wichtigen Phase faul und bequem werden lässt.** Sie gehen nicht in den Markt, um ihr Produkt der Feuerprobe zu unterziehen, sondern bereiten sich »perfekt« vor, investieren in Präsentation (Kleidung, Büro, Auto), Werbung und vernachlässigen die jetzt eigentlich notwendige und liebevolle Kleinarbeit der Produktentwicklung im Testmarkt.

Entgehen Sie der Kredit-Falle

Sie machen nicht das, was in Wirklichkeit notwendig wäre, sondern schaffen sich eher unnötige Probleme, aber vor allen Dingen auch einen zusätzlichen Druck und eine zusätzliche Abhängigkeit, aus der Sie sich ja eigentlich mit dem Schritt in die Selbständigkeit befreien wollten.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Sie haben dann bereits eine Menge Geld ausgegeben, bevor das erste Geld »in der Kasse klingelt.« Kredite sind verführerisch und trügerisch.

Das andere Szenario würde lauten: Sie nehmen keinen Kredit auf, sondern gehen nach der Devise vor: **Meine Geschäftsidee muss sich von selbst tragen.**

Wie kann sich das Geschäft von selbst tragen?

Schnell **Prototypen des Produkts** herstellen und von Kunden (mit einem ersten Gewinn) testen lassen, Produkt weiter entwickeln, neue Testkunden an das verbesserte Produkt heranzuführen ... so lange, bis das Produkt zur Marktreife gelangt ist. **Ihre ersten und besten Kunden waren an der Produktentwicklung beteiligt und Sie haben daran sogar noch verdient.** Aber vor allen Dingen die Sicherheit: Das Produkt ist jetzt marktreif. Und wenn Ihre Geschäftsidee ausgereift ist, dann zieht sie auch Geld an: einen Finanzpartner oder einfach ein erstes Einkommen, das eine Gewinnspirale generiert.

Das ist der Königsweg. Das ist energieaufbauende Betriebsführung. Die großen Unternehmen zeichnen sich nicht darin aus, dass am Anfang große Kredite standen, sondern im Gegenteil. Eine gesunde Geschäftsidee hat sich **im Geldmangel stark gemacht** und war so in der Lage, sich selbst gewinnbringend zu tragen, sich selbst zu finanzieren.

Beratungs-Tätigkeit kann man in der Regel von zu Hause aus starten. Also starten Sie von zu Hause aus und möglicherweise auch noch nebenberuflich. Wenn Sie sich dann im Markt etabliert haben, Geld durch erstes Einkommen sparen konnten, Sie **ein Büro brauchen, weil es anders gar nicht mehr geht**, dann ist die Zeit für solche Investitionen reif und auch DA. **Und dann ist das Geld auch für die Einrichtung eines außerhäuslichen Büros, einer Beratungs-Praxis schon verdient!**

Starten Sie von zu Hause aus!

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Ihr Geschäft wächst so aufgrund von echten Markterfolgen und nicht eingebildeten Phantasien.

Diese anfängliche Kapitalakkumulation aus eigener Kraft, aus der Kraft der Geschäftsidee ist die hohe Schule des optimalen Umgangs mit Geld. Wenn Sie das schaffen, sind Sie unbesiegbar, denn dann haben Sie schon zu Beginn **ein energieaufbauendes System** in die Welt gesetzt. **Sie hängen nicht an der Flasche von Geldgebern, sondern verfügen** 1. ein gewinnbringendes System und sind 2. frei von finanziellen Verpflichtungen.

Die hohe Schule des Energie-Aufbaus

4. Der optimale Umgang mit Partnern

.....

Uns fehlt noch der Faktor **Mit-Mensch**. Denn ein Geschäft ist keine Selbstbefriedigung, sondern etwas **von Mensch zu Mensch, Austausch zwischen Menschen**. Dieser Bereich erfolgreicher Geschäftsführung umfasst:

- Umgang mit LebenspartnerIn und Kindern
- ein Kooperationsnetz aus Geschäftspartnern
- die Behandlung von Kunden
- die Behandlung von Mitarbeitern
- den Aufbau eines Beziehungsnetzes (Networking)
- die Schule der Liebe

6 Bereiche der Partnerschaft

Jede berufliche Tätigkeit vollzieht sich im Umgang mit Menschen, eine beruflich **selbständige** Tätigkeit setzt jedoch den **ganz bewussten Umgang mit Menschen als Partner** des Geschäfts voraus. Alle Menschen, die mit diesem Geschäft etwas zu tun haben sind letztlich: Geschäftspartner.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Der wichtigste Partner eines Geschäftes, der Beratungs-Praxis, ist der/die **LebenspartnerIn**. **Er ist entweder Rückenwind oder Gegenwind**. Eine neutrale Haltung gibt es hier nicht. **Beziehen Sie Ihren Lebenspartner so früh wie möglich in Ihre Geschäftsplanung ein**. Und sehen Sie zu, dass er/sie ihr erster **Kunde** und ihr wichtigster **Berater** wird.

1. DER/DIE
LEBENS-
PARTNERIN

Vielleicht ist er/sie anfangs Ihr größter **Kritiker**, also: eine Herausforderung. Und dann ist es klar: Wenn Sie ihn/sie überzeugt haben, haben Sie einen unerschütterlichen **Bundesgenossen** und es kann gar nichts mehr schief gehen!

Denn wenn Sie einen Lebenspartner haben, der sich Ihrem Geschäft gegenüber **destruktiv** verhält, haben Sie einen »inneren Feind«, der eine Menge Kräfte absorbieren kann. **Starten Sie nicht gegen den Willen Ihres Lebenspartners**. Tragen Sie den Konflikt so früh und konsequent wie möglich aus!

Rücken- oder
Gegenwind?

Malen Sie sich nur einmal das Szenario aus: Sie sind in einer wichtigen Geschäftsaufbauphase und plötzlich stehen ins Haus: Fremdgehen, Streitigkeiten, Probleme mit den Kindern, Scheidung, Auszug aus Wohnung und Haus, neue Wohnung mieten, neue Adresse, ... genau das, was Sie gerade jetzt am meisten brauchen ...!

Je mehr Sie diesen Konflikt vor sich her schieben, desto schwieriger wird er zu lösen sein.

Finden Sie von vorne herein **ein Arrangement**, mit dem Sie Ihre/n LebenspartnerIn richtig ins Geschäft einbinden können (Buchhaltung, Büromanagement, Seminarorganisation, Networkmarketing, BeraterIn für bestimmte Bereiche, Controlling ...). Wachsen Sie mit Ihrem Geschäft auch als PAAR zusammen. Es gibt kaum etwas Schöneres als auch hier **eine gemeinsame Aufgabe** zu finden.

Zusammen
wachsen

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Und noch etwas: **Wir machen ein Geschäft, um unsere Lebensqualität und die unserer Kunden zu verbessern.** Es ist sehr wichtig und auch **ein Kriterium für die Gesundheit Ihres Unternehmens,** dass es Ihnen auch qualitativ hochwertige Freizeit für Ihre Lebenspartnerschaft, Ihre Ehe, Ihre Kinder schafft. **Feiern Sie mit Ihrer Familie jeden Geschäftserfolg durch qualitativ hochwertige Freizeit!** Gönnen Sie sich immer wieder gemeinsame Auszeiten. Es ist nicht sehr heldenhaft, wenn ein Selbständiger sagt, er habe seit 10 Jahren schon keinen Urlaub mehr gemacht. Das ist eher eine Bankrotterklärung.

Auf hochwertige Freizeit achten!

Das eigene Netz von **Geschäftspartnern** ist ein weiterer wichtiger Bereich des optimalen Umgangs mit Partnern. Geschäftspartner **helfen, das eigene Produkt herzustellen und eigene Unfähigkeiten zu kompensieren.** Das kann die Ausbildungsfirma sein (für Ihre Berater-Ausbildung), die Firma, von der man materielle Produkte im Einkauf bezieht, eine Bank, eine Werbeagentur, eine Internet-Provider, Steuerberater, Rechtsanwalt, ein Coach (Berater brauchen Berater!).

2. DAS NETZ VON GESCHÄFTSPARTNERN

Knüpfen Sie sich ein solches festes und verlässliches Netz von Geschäftspartnern und lernen Sie auch hier die Kunst der Partnerschaft. Es ist eine Gemeinschaft von Gewinnern (win-win-Situation), alle gewinnen an der Gemeinschaft, keiner verliert!

In gewissem Sinne sind Sie **Kunde dieser Partner.** Hierbei sollten Sie sich **als Kunde** ganz besonders hervortun. Denn Sie werden später **die Kunden haben, die Sie verdienen.** Wenn Sie sich selbst Ihren Geschäftspartnern als Kunde auszeichnen, werden Sie auch selbst ausgezeichnete Kunden anziehen.

3. KUNDE

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Was heißt es, für Ihre Geschäftspartner ein **ausgezeichneter Kunde** zu sein?

- Möchten Sie, dass Ihre Kunden Rechnungen umgehend bezahlen? **Dann bezahlen Sie selbst Rechnungen umgehend.**
- Möchten Sie, dass Ihre Kunden bei Mängeln nicht gleich den Anbieter sang und klanglos wechseln, sondern die Fehler reklamieren, damit sie behoben und der Kunde behalten werden kann? Dann machen Sie es auch so! **Reklamieren Sie bei Mängeln und bestehen Sie darauf, dass die Mängel zu Ihrer Zufriedenheit (und mehr!) behoben werden.**
- Möchten Sie, dass Ihre Kunden Sie später weiterempfehlen? **Dann empfehlen Sie Ihre Geschäftspartner weiter!**
- Möchten Sie, dass Sie oder Ihre Mitarbeiter bei guten Leistungen von den Kunden auch richtig gelobt werden? Dann machen Sie es auch! **Loben Sie und bedanken Sie sich, wo immer Sie können!**
- Möchten Sie, dass Ihre Kunden später auch Vorschläge zur Verbesserung Ihres Geschäfts machen? **Dann machen Sie jetzt Verbesserungsvorschläge für den Kundenservice Ihrer Geschäftspartner (betrachten Sie regelrecht als Berater Ihrer Geschäftspartner, um deren Geschäft zu verbessern)!**

Werden Sie selbst zum Traumkunden

Diese Hinweise reichen schon aus, um Ihrer Phantasie Flügel zu verleihen. **Seien Sie selbst der ideale Kunde und Sie werden später von idealen Kunden umgeben sein!** Werden Sie für Ihre Geschäftspartner ein so engagierter Kunde, wie Sie ihn sich selbst für Ihr eigenes Geschäft wünschen. **Seien Sie selbst ein Traumkunde.**

Sie bekommen die Kunden, wie Sie selbst einer sind

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Traumkunde für Ihre Geschäftspartner zu sein ist ausgezeichnet. Doch **die hohe Schule** des Umgangs mit solchen Geschäftspartnern ist die Einrichtung eines **Beraterstabes** für Ihr Geschäft. Das ist wieder etwas für die Besten der Besten. Sie könnten aus diesen Geschäftspartnern und Beratern **Teilhaber** machen mit dem Arrangement: Sie erhalten erstklassige Beratung für ein Minimum an Geld, dafür **partizipieren diese Berater am Geschäftserfolg durch Gewinnbeteiligung**.

Schaffen Sie sich einen Beraterstab

Ein weiterer existenziell wichtiger Bereich gelebter Partnerschaft ist der **Umgang mit Mitarbeitern**.

4. MITARBEITER

Wenn Sie Mitarbeiter haben oder einstellen, behandeln Sie diese auch wie Partner! Die goldene Regel lautet: **Behandeln Sie Ihre Mitarbeiter so, wie Sie möchten, dass Ihre Mitarbeiter Ihre Kunden behandeln**.

Achten Sie immer auf die optimale Einstellung Ihren Mitarbeitern gegenüber. Sie werden über kurz oder lang Probleme bekommen, wenn Ihre Einstellung ist: Mitarbeiter arbeiten **für mich**. Noch deutlicher auf den Punkt gebracht: andere Menschen für sich arbeiten lassen. Das geht schief! Diese Zeit ist vorbei!

Niemand sollte für SIE arbeiten!

Denn diese Einstellung ist letztlich der Kern von **Ausbeutung**. Das hat nichts mit Partnerschaft zu tun. **Das Höhere**, dem Sie wie Ihre Mitarbeiter dienen, ist das Geschäft, sind die Kunden.

Wenn Sie mit Mitarbeitern arbeiten, dann geben Sie Ihren Mitarbeitern in ihrem Geschäft ein echtes Zuhause, so dass sie in diesem Geschäft **sich selbst verwirklichen** können. Das ist der Sinn. Ihr Geschäft sollte für Ihre Mitarbeiter genauso deren **GESCHÄFT** sein wie für Sie selbst. Sie dienen ein und derselben Idee, ein und derselben Vision: Ich habe etwas **geschaffen!**

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Wenn wir es **spirituell** sehen: Ihr/e LebenspartnerIn gehört nicht Ihnen, Ihre Kinder gehören nicht Ihnen, sind nicht Ihr Besitz. Es sind Wesen, die in Ihrer Nähe sind, um gemeinsam zu wachsen. Und oftmals können wir sogar in unseren Kindern unsere Lehrer erkennen (denn es sind die reiferen Seelen!).

Wenn wir diese erkennen, ist aber auch klar: **Ihr Geschäft gehört nicht Ihnen, ist nicht Ihr Besitz.** Es ist Ihnen nur verliehen, damit Sie daraus eine Schule für Menschen gestalten. **Jedes Geschäft, jede Firma, jedes Unternehmen ist - im Kern verstanden - eine Lebensschule für alle Beteiligten. Auf dem Lehrplan steht an oberster Stelle: Partnerschaft lernen.**

Ihre Firma ist nicht Ihr Besitz, Sie haben einen Schöpfungsauftrag

So werden Begriffe wie »Lieferant«, »Chef«, »Mitarbeiter«, »Kunde« ... immer bedeutungsloser. **In Ihrem Geschäft sind ALLE Beteiligten gleichberechtigte Partner.** Ihr Geschäft ist ein Netz von Menschen, die sich (auf einer Ebene sozusagen) um einen zentralen Kern (Ihre Vision) verknüpfen. **So machen Sie aus Ihrem Geschäft ein lebendes Wesen, aus der Organisation einen Organismus.**

Leben ist ein Netz (Fritjof CAPRA). **In der modernen Zeit ist Ihr Geschäft nur dann lebensfähig und hat eine Zukunft, wenn es sich als Lebensnetz versteht.** Ihr Geschäft ist ein bewusst geknüpftes Netz von Partnern, von Menschen, um **die Lebensqualität aller Beteiligten zu verbessern.**

5. NETWORKING

Und wir können noch einen Schritt weiter gehen: Das ganze Leben ist letztlich nichts anderes als eine Schule der Liebe. Da auch ein lebenswertes Geschäft zum Leben gehört, ist ein **liebenswertes** Geschäft auch eine Schule der Liebe.

6. SCHULE DER LIEBE

5. Der optimale Umgang mit dem Produkt

.....

Im Produkt nimmt die Geschäftsidee eine verkäufliche Gestalt an, **die Geschäfts-Idee wird käuflich durch ihre Manifestation im Produkt**, der Dienstleistung.

Dieser Bereich erfolgreicher Geschäftsführung umfasst:

- Produkte NUTZEN = Nutzen, Wert für den Kunden
 - Produktentwicklung
 - Qualität
 - Innovationsfähigkeit
 - Der Kunde ist Mitproduzent!
 - Das Produkt ist die Werbung für sich selbst
- 6 Bereiche des Produkts

Wenn wir hier von **Produkt** sprechen, dann meinen wir dies in einem umfassenden Sinne. **»Produkt« umschließt also auch »Dienstleistung«**: Denn jedes »normale« Produkt (wie die Zahnpasta) hat auch seine Dienste zu leisten wie umgekehrt eine menschliche Dienstleistung (wie der Friseurdienst) auch ein Produkt zu erbringen hat (die Frisur).

Produkt ist also der Überbegriff für das, was wir verkaufen. Auch »Beratung« ist ein käufliches Produkt. „Produkt“ als Überbegriff

Jedes Produkt hat eine materielle und eine geistige Seite, das Produkt als materielles Objekt und das Know-how, das in diesem Produkt materialisiert ist.

Machen wir es an einem Beispiel konkreter: Wir kaufen **eine Textverarbeitung**. Die materielle Seite dieses Produkts ist die CD-ROM-Scheibe und die Gebrauchsanleitung (z.B. Handbuch). Die ideelle Seite ist das Know-how, die Software, die Textverarbeitung selbst.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Sagen wir, dieses Programm kostet 200 €. Es ist leicht zu erkennen, dass die materielle Seite nur einen Bruchteil dieses Produktpreises ausmacht. Das Produkt ist für vielleicht 5 € herzustellen. Der eigentliche Wert des Produkts liegt im geistigen Bereich, dem Know-how.

Doch ein Produkt nutzt nichts, wenn der Kunde es nicht nutzen kann! Stellen Sie sich vor, der Kunde kauft das Produkt, installiert es auf seinem Computer, aber »kommt in das Programm nicht herein«, d.h. weiß es nicht zu nutzen. Es ist für ihn unbrauchbar, d.h. wertlos. »Sein Problem!«, könnte man sagen. Aber das ist sicherlich keine optimale Einstellung.

1. PRODUKT-
NUTZEN

Der Verkauf eines Produktes hört nicht beim **Absatz** auf (»Weg ist weg.«), sondern endet erst dann, wenn der Kunde es auch so für seine Verhältnisse optimal wie möglich **nutzen** kann. Wir bekommen Geld eigentlich nicht für den Verkauf, sondern für den **Anwendungsnutzen eines Produktes**.

Übertragen wir diese allgemeinen Aussagen auf die Beratungs-Praxis: In der Beratung ist die geistige Seite, die Dienstleistung ganz offensichtlich und dominierend. Die materielle Seite könnte z.B. ein Vertrag sein, eine Konzeption, ein Exposé - indem Beratung schriftliche Form annimmt.

Doch häufig können dem Kunden wir auch materielle Produkte zur Unterstützung verkaufen. Wir führen mit dem Kunden ein Entspannungstraining durch und verkaufen zur Unterstützung eine Entspannungskassette.

Eine seriöse Beratung endet nicht mit dem Beratungsgespräch oder einer Folge von Gesprächen, sondern begleitet den Kunden in der Regel auch in der Phase der Umsetzung und bietet Stütze und »Controlling«.

Produktentwicklung ist vor allen Dingen potentielle Wertbildung. Die allererste Frage lautet also: Was macht das Produkt für den Kunden **wertvoll**? Wie **bereichert** das Produkt das Leben des Kunden? Wie mache ich das Produkt in seiner Entwicklung möglichst wertvoll? Wie kann der Kunde den Wert des Produktes möglichst optimal nutzen? Diese Fragen sind **die Überschriften der Produktentwicklung.**

2. PRODUKT-
ENTWICKLUNG

Wie viel dieses Wertes dann sowohl für den Kunden wie auch für die Firma **realisiert** werden kann, zeigt der Markt und ist die spezielle Aufgabe des Marketings.

Produktentwicklung bedeutet somit:

- Auf die **Unterscheide zwischen der materiellen und ideellen Seite** des Produkts zu achten. Was für einen Inhalt (Know-how) vermittelt das Produkt und wie geht es in Form, was ist der materielle Träger der Information (z.B. Buch, Seminar, Beratungsgespräch, CD-ROM, ...).
- **Die Wertbildung des Produktes geschieht vor allem auf der ideellen Seite.** Der Wert muss vor allem im Know-how liegen. Die Frage ist also: Worin liegt die »Produkt-Intelligenz«?
Computerships haben zum Beispiel fast keinen materiellen Produktwert mehr. Sie sind sozusagen »nur« eine äußerst intelligente Strukturierung von SAND (Silizium).
- Das Produkt ist **nutzenorientiert** zu entwickeln. Manchmal spricht man von »Benutzerfreundlichkeit«, aber es geht um noch mehr als nur »Freundlichkeit«. es geht um **Produkt-Intelligenz.** Ein intelligentes Produkt lehrt und unterrichtet den Kunden regelrecht. Das Produkt wird zum Lehrer des Kunden, transportiert Wissen und Bewusstsein.

Produktqualität ist eine nicht mehr diskutabile Mindestvoraussetzung. Der Markt akzeptiert nur noch Qualität, 100%. Das »mehr als Qualität«, das »Produkt-Plus« liegt im Bereich des **Service**. Doch der beste Service nutzt nichts, wenn die Qualität des Produktes zu wünschen übrig lässt.

3. PRODUKT-QUALITÄT

Qualität umfasst folgende Dimensionen:

- **Einzigartigkeit:** Was ist an dem Produkt einzigartig, ungewöhnlich, originell, bemerkenswert, überdurchschnittlich, auffallend?
- **Produkt-Intelligenz:** Was für ein Wissen und Bewusstsein vermittelt das Produkt? Macht es den Kunden klüger?
- **Visionskraft:** Welche Visionen, Träume verwirklicht das Produkt (oder führt dem näher)? Hat der Kunde das Gefühl, seinem Lebenstraum näher zu sein?
- **Marke:** Wie strahlt die Marke (der Firma) aus dem Produkt und bringt die Marke weiter zum Leuchten?
- **Attraktivität:** Was macht das Produkt anziehend, schön, beeindruckend? Attraktivität hat ein Design! In der Ästhetik des Produktes kommt seine Seele zum Vorschein. Ein Produkt, das ästhetisch nicht anspricht, hat keine Seele, ist lieblos hergestellt.
- **Individualität:** Ist das Produkt offen für individuelle Wünsche des Kunden? Wie kann das Produkt auf solche Wünsche des Kunden maßgeschneidert werden? Je mehr das Produkt »individualisiert« werden kann, desto wertvoller ist es für den Kunden.

Beratungspraxis mit Qualität realisiert gerade den letzten Punkt. Das »Produkt« der Beratung ist für diesen einen Kunden und keinen anderen. Es ist als Beratung einfach einmalig.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Zur Produktentwicklung gehört auch seine **»eingebaute« Innovationsfähigkeit.**

4. PRODUKT-
INNOVATION

Wie kann sich das Produkt **ständig selbst erneuern?** Diese Frage darf man sich nicht erst stellen, wenn das Produkt im Markt beginnt zu vergreisen, sondern ist wesentlicher **Teil des Produktes selbst.** Die Selbst-Erneuerung ist schon in der Geburtsphase eingebaut, noch bevor das Produkt »das Licht des Marktes« erblickt.

In der Beratung sind diese Eigenschaften des »Produkts« selbstverständlich, denn der Kunde kauft es ja nicht »fertig«, sondern das »Produkt« wird in der Beratung, in der Interaktion mit dem Kunden selbst entwickelt.

*Gerade weil in der Beratung die materielle Seite des Produkts fast zum Verschwinden kommt und die ideelle Seite überaus dominierend ist, ist Beratung in gewissem Sinne **»Produkt PUR«.** Eine große Chance und Herausforderung, der wir uns bewusst sein sollten!*

*Wir können noch einen Schritt weiter gehen: **In der Beratungspraxis sind wir das Produkt selbst!***

*BeraterIn und Kunde sind eine **Kooperationsgemeinschaft**, in der Berater-Know-how dem Kunden vermittelt wird und das Produkt gemeinsam mit dem Kunden hergestellt wird. Das Produkt könnte sein: eine Firma vor dem Konkurs retten, eine Ehe vor der Scheidung, Kunden-Vermögen aufbauen, eine Lebenskrise überwinden, eine neue Firma gründen, ...*

Damit wird der Kunde zum Mit-Produzenten! Er kauft kein fertiges Produkt, sondern ist in der Fertigstellung einbezogen.

5. KUNDE = MIT-
PRODUZENT

Der wichtigste Impulsgeber für Produkt-Innovationen ist also der Kunde selbst. Deshalb ist es so überaus wichtig, dem Kunden bei der **Nutzung** des Produktes beiseite zu stehen und **Problemen des Kunden bei der Nutzung zur Innovation zu nutzen.**

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Ein Produkt, das alle diese Kriterien erfüllt, ist **seine eigene beste Werbung**. 6. PRODUKT-WERBUNG

Heute wird unendlich viel Geld in die Werbung verpulvert. Manche schätzen, dass 98% der Werbung herausgeschmissenes Geld ist, mit anderen Worten: **Umweltverschmutzung und Energieverschwendung**.

Besser ist es, das Werbebudget dramatisch zu kürzen und die so gewonnenen Finanzen **der Produktentwicklung selbst zuzuführen, vor allem der Verbesserung seiner Ästhetik und Schönheit**.

Die Regel könnte lauten: **Je besser und attraktiver das Produkt ist, desto weniger Werbemaßnahmen braucht es**. Umgekehrt: Je schlechter das Produkt, desto mehr muss man in die Werbung stecken, um es in den Markt zu »puschen«, es »los zu werden«.

Seine Existenzberechtigung erfährt das Produkt jedoch auf dem Markt:

6. Der optimale Umgang mit dem Markt

.....

Markt ist da, wo ich mich bekannt mache, Vertrauen herstelle, mein Produkt darbiere und der Kunde meine Leistung bezahlt. Dieser Marktplatz muss nicht sichtbar sein, sondern wird immer virtueller. Denken Sie an das INTERNET als Marktplatz!

Dieser Bereich erfolgreicher Geschäftsführung umfasst:

6 Bereiche
des Marktes

- Marktplatz versus Kriegsschauplatz
- Verkaufen und Marketing (Kommunikation)
- Handeln
- Preispolitik
- Implementierung (Eindringlichkeit)
- einen eigenen Markt generieren

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Wir sollten einen Marktplatz nicht mit einem Kriegsschauplatz verwechseln! Das mag zunächst selbstverständlich erscheinen, doch unsere Vorstellungen vom Markt sind durchsetzt mit Kriegsbegriffen:

1. MARKTPLATZ
IST KEIN KRIEGS-
SCHAUPLATZ

Marktverhalten ist »Aggression« (»aggressives« Marketing), man startet eine »Offensive« (»Werboffensive«), man entwickelt ein klares »Feindbild« (der Mitbewerber oder Konkurrent), hat eine »Strategie«, um den Markt zu »erobern«, geht eine »Allianz« ein, »besetzt« ein Marktsegment, der Kunde oder der Profit sind »Beute«.

Kurz: **Wir gehen in den Markt, also ob wir in einen Krieg ziehen würden!** (Buchtitel: „Business ist wie Kriegführen“) Und eine solche Einstellung kann nicht folgenlos sein.

Krieg ist ein Ort, in dem Werte vernichtet werden, Zerstörung, Raub, Plünderung, Gewalt herrscht, Umverteilung von Besitz das Ziel ist. Es gibt Sieger und Besiegte, Gewinner und Verlierer. Krieg ist Kampf, Unterdrückung, Ausbeutung, Tod. **Krieg vernichtet Reichtum.** Krieg ist aggressiver Austausch mit dem **Ziel, dem andern (Volk) Besitz und Werte unter oft hohen Eigenverlusten wegzunehmen.**

Krieg vernichtet
Reichtum

Markt ist **auch** ein Ort des Austauschs, hier werden jedoch **Leistungen zum gegenseitigen Gewinn** ausgetauscht. Leistung wird gegen Geld getauscht, letztlich Energie gegen Energie. **Markt schafft Reichtum.** Markt macht den Verkäufer wie den Käufer zum Gewinner.

Markt schafft
Reichtum

Wenn wir also Krieg und Markt, einen Kriegsschauplatz und einen Marktplatz deutlich voneinander unterscheiden, dann sollten wir auch **bewusster mit den Begriffen umgehen, die unser Verhalten im Markt beschreiben.** Genau genommen brauchen wir **eine neue, spirituelle Marketingsprache**, die ohne kriegerisches Getöse auskommt.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Marketing arrangiert diesen Raum des Austauschs, verknüpft das Netz so optimal, dass am Ende Gewinn generiert wird. Denn **Ziel des Marketing ist Gewinn:**

- der Gewinn von Bekanntheit, Vertrauen, Treue
- der Gewinn von neuen Mitarbeitern und Partnern
- der Gewinn von Kunden
- ein Gewinn für Kunden sein
- ein Gewinn für das eigene Geschäft sein
- einen Gewinn für sich selbst generieren

Marketing ist
GEWINN für alle

Marketing ist kein Kampf, sondern Kommunikation, Dialog, Feedback. Was brauchst du? Was hast du zu bieten? Wie kann ich dir helfen? Wie kann ich meine Leistung für dich verbessern? Was bist du bereit zu bezahlen? Wie kann ich deine Treue gewinnen?

2. KOMMUNIKATION

Während Krieg Hass schürt, ringt Marketing um Aufmerksamkeit, Bewunderung, Liebe. **Marketing ist eine Liebeserklärung an den Kunden, der Verkauf ein Liebesakt.** Die besten Chancen haben nicht Krieger, sondern Liebhaber: Küsse statt Kanonen.

Marketing ist Handeln, im wahrsten und dreifachen Sinn des Wortes:

3. HANDELN

- **Handeln = Tun:** Im Marketing muss man etwas tun, im Marketing zählt nur das Tun.
- **Handeln = Tauschen, austauschen:** Produkt und Leistung gegen Geld - was bekomme ich für meine Leistung, was bekomme ich für mein Geld?
- **Handeln = Verhandeln, aushandeln:** Wert gegen Preis - was ist das Produkt wert, was bin ich bereit dafür zu bezahlen? Wie kann ich mehr Wert kaufen als es mich kostet?

Handeln ist letztlich immer Politik: das Machbare machen. Wir sprechen von »**Preispolitik**«. Der stimmige Preis ist letztlich der Zündfunke für den Verkauf. Werbung wirbt nicht nur für das Produkt (»Brauch ich!«), sondern auch für den Preis (»Ist günstig!«).

4. PREISPOLITIK

- Wer mit einer außergewöhnlichen Idee sehr früh auf den Markt kommt und keine Mitbewerber hat, der kann »**Pionier-Gewinne**« machen.
- Wer ein maßgeschneidertes Produkt erstellt (individuelle Beratung), der kann auch den **Preis sehr individuell gestalten**.
- Wer mit seinem Produkt sehr viele Mitbewerber hat, der steht auch im starken **Preis-Wettbewerb**.
- Wer mit seinem Produkt einen Massenmarkt bedient, der muss **niedrigpreisig** liegen und scharf kalkulieren. Hier geht es um »Preiskampf« und »Kampfpreise«.
- Service macht ein Produkt immer teurer. Man muss sich für **Service oder Preis** entscheiden. Hoher Service und niedriger Preis sind Alternativen.
- Eine breitere Produktpalette erlaubt auch **ein Preis-Mix**, der dem Produkte auch als Preiswerbung unter Selbstkosten oder gar mit Verlust verkauft werden können, wenn dies durch andere Produkte mehr als kompensiert werden kann.
- Der Preis darf niemals den Gewinn des Unternehmens, seine Rentabilität gefährden. Aus der Sicht der Firma muss der Preis »**gewinnbringend**« sein. Der Preis muss gleichzeitig auch den Produktnutzen für den Kunden unterbieten. Aus der Sicht des Kundennutzens muss das Produkt »**preisgünstig**« sein.
- **Preispolitik ist eine Balance-Akt.**

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Die erfolgreiche **Implementierung des Produkts** im Markt ist wie **die Ernte** einbringen. Zunächst wurde der Markt gepflügt und die Saat ausgesät, denn wächst die Saat und am Ende wird die Ernte eingefahren, Gewinn ist erbracht. **Das Produkt, die Marke ist nicht mehr vom Markt wegzudenken und hat einen festen Kundestamm.** Der Acker ist kultiviert und trägt Jahr für Jahr reiche Ernte.

5. MARKT-
IMPLEMENTIERUNG

Doch wir können den Bereich »Markt« nicht verlassen, ohne auch hier die hohe Schule des Marketing in Aussicht zu stellen, für die Besten der Besten: **einen eigenen Markt generieren.**

6. DEN EIGENEN
MARKT SCHAFFEN

Denn gerade in der Beratungs-Praxis ist es sehr wohl möglich, ein noch freies Land abzustecken, den noch »jungfräulichen« Boden zu pflügen, in ihn einzudringen, ihn zu besamen (wir sprachen darüber, dass Marketing ein Liebesakt ist) und langfristig zu kultivieren.

In Ihrem eigenen Markt sind Sie Trendsetter, leisten etwas Einmaliges mit starker Nachfrage. Ihre Kunden liegen Ihnen »exklusiv zu Füßen«. Und: Sie können Ihre Geschäftsidee multiplizieren, Ihr Erfolgskonzept verkaufen, Filialen eröffnen. Es lohnt sich, gleich zu Beginn mit einer solche **Marktexklusivität und Expansionsmöglichkeit** zu rechnen. Das rechnet sich!

7. Der optimale Umgang mit Problemen

.....

Der lange Weg von der Idee, dem Geschäftsaufbau, dem Produkt und Markt zum Kunden ist **ein Weg der ständigen Problemlösung.**

Der optimale Umgang mit Problemen ist entscheidend für die Dynamik, die Gesundheit, die Kraft, die Potenz, die Überlebensfähigkeit eines Geschäfts.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Dieser Bereich erfolgreicher Geschäftsführung umfasst:

- eine pro-aktive Einstellung zu Problemen gewinnen
- Problemlösungen sind spirituell
- »Problemlöser« für Kunden sein
- lernen, eigene Probleme zu lösen
- Probleme und Krisen des Unternehmens bewältigen
- PRObleme als Quelle des PROfits erkennen

6 Bereiche der
Problemlösung

Der Begriff »Problem« hat es heute nicht leicht.

Er scheint zu einem richtigen »Un-Begriff« geworden zu sein und wird leichtfertig verdrängt von Begriffen wie Aufgabe, Herausforderung. **Doch ein Problem ist ein Problem und eine Aufgabe eine Aufgabe und eine Herausforderung eine Herausforderung.**

Wenn wir Unangenehmes mit dem Wort »Problem« assoziieren, unangenehme Emotionen damit verknüpfen, ist der Begriff nicht dafür verantwortlich zu machen, sondern wir selbst mit unseren Assoziationen und unseren Emotionen.

Und wir werden unser Problem mit dem Begriff »Problem« nicht dadurch los, dass wir **dieses Wort exkommunizieren** (aus unserer Kommunikation verbannen) und **die Sprache so kastrieren** (ihr Potenz, Potentiale und Ausdrucksmöglichkeit rauben). Es geht vielmehr darum, den Begriff »Problem« von falschen Emotionen und Assoziationen zu befreien.

Probleme nicht
exkommunizieren!

Wir sollten dem Begriff »Problem« mehr Liebe zukommen lassen, damit er seinen Segen und seine POTENZ für uns entfalten kann!

Eine Aufgabe stelle ich mir selbst. Doch vor ein Problem **werde ich gestellt.** Wir **stellen** uns keine Probleme, sondern **re-agieren** auf Probleme.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Ein Problem erwischt mich zunächst im Passiv als Passivem. Ein Problem kann im JETZT nur auftauchen, weil ich im VORHER **zu passiv** war. Ein Problem fordert mich auf, aus meiner Passivität zu treten und wieder aktiv zu werden. Der PROduktive Umgang mit PROblemen lehrt uns PROaktivität, uns pro-aktiv zu verhalten. Doch das ist der zweite Schritt, **die Wende vom PROblem zum PROjekt** (der Aufgabe, das Problem zu lösen und mich letztlich vom Problem und der Passivität zu lösen). Der erste Schritt ist, **das PROblem erst einmal als Botschaft wahrzunehmen**.

1. PRO-AKTIV
zum PROblem

Ich mag mir also **die Aufgabe stellen, ein Problem zu lösen** (letztlich habe ich **keine andere Chance**, denn Probleme werden durch Ignoranz nur größer und fordern imperativ und immer aufdringlicher nach der Lösung). Es heißt also schon aus Gründen der Sprachdisziplin, dass **ein Problem keine Aufgabe ist**, sondern wir es hier mit zwei verschiedenen Paar Stiefeln zu tun haben, so wie passiv nicht aktiv ist. Wir müssen hier etwas gedanklich **trennen** (auch so ein »ungeliebter Begriff«), um aus einem passiven in einen aktiven Zustand zu kommen.

Oder mit anderen Worten: Probleme tauchen erst dann auf, wenn wir in einem bestimmten Bereich **in die Passivität eingeschlafen** sind. Probleme sind dann Aufwecker, ein Weckruf, wieder wach zu werden, wieder die Initiative zu ergreifen. Denn wenn ich aktiv bin, laufe ich Problemen nicht mehr hinterher, sondern lebe und agiere **vor** den Problemen, **bin schon in der Lösung, bevor ein Problem überhaupt entstehen kann**. Wenn ich Probleme habe, dann habe ich meine Hausaufgaben nicht gemacht und das Leben erteilt mir »nachsitzen«. Ich habe etwas nachzuholen, was ich in der Vergangenheit versäumt habe. **Das ist die Botschaft!**

Probleme sind
Wachrüttler

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Mit wieder anderen Worten: Ich hänge noch in der Vergangenheit, weil ich in der Vergangenheit etwas nicht bewältigt habe. Das »Unerledigte« zieht mich zurück. **Die Vergangenheit nicht loslassen können, schafft Probleme. Im Loslassen der Vergangenheit liegt die Problem-Lösung.** Probleme fordern uns heraus, sind eine Herausforderung zum aktiven Loslassen, zum Wiedergewinn der Gegenwart. (Welch faszinierende Lösung!)

Passivität heißt, in der Vergangenheit hängen zu bleiben, von der Vergangenheit abhängig zu sein! **Weil Probleme aus der Vergangenheit rühren, bedeutet das Lösen von Problemen in die Gegenwart zu kommen.** Im HIER UND JETZT gibt es keine Probleme mehr - es ist der Zustand der gelösten Probleme.

Mühlsteine der
Vergangenheit

Im Schlaf (dem Trancezustand der Vergangenheit) sind Probleme wie ein Alptraum real, im Wachzustand sind Probleme jedoch eine Illusion, eine optische Täuschung.

Nehmen wir an, ich habe drückende und alptraumartige Schulden auf dem Konto. Wenn ich JETZT dramatische Schulden habe, dann resultiert das aus einem Fehler in der Vergangenheit, zum Beispiel einer Kreditaufnahme, die ich nicht bewältige. Alptraumartige Schulden resultieren aber auch daraus, dass ich mich nicht früher darum gekümmert habe, als das Problem noch kleiner war, den Kopf in den Sand gesteckt habe und heute mit den Zähnen knirsche. Das Problem kann so an Stärke zunehmen, dass es mich zum Handeln ZWINGT.

Wenn ich nicht spätestens JETZT handle, drohen Zahlungsunfähigkeit und Konkurs. Es ist bereits absehbar, nur noch eine Frage der Zeit, wenn ich jetzt das Steuer nicht herum reiße. Und es ist auch sonnenklar, dass ein Schnippen mit den Fingern das Konto nicht vom SOLL ins HABEN bringt. Schulden sind hartnäckig.

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Ich habe also in der Vergangenheit einen gravierenden Fehler gemacht und es bedarf eines hohen Energieeinsatzes, um diesen Fehler zu korrigieren. Dieser Energieeinsatz ist ja der Lerngewinn aus dem Problem! Je hartnäckiger es ist, desto mehr Korrekturenergie bedarf die Lösung, desto höher aber auch der Lerngewinn.

Wenn ich den Fehler aber korrigiert habe (mein Konto wieder im PLUS ist), zieht mich mein Konto nicht mehr bedrückend in die Vergangenheit zurück, sondern erlaubt mir das freie Atmen in der Gegenwart.

Um diesen Gedanken noch etwas weiter zu entfalten: Ein nun positiv aufgebautes Vermögen auf dem Konto gibt mir Energie für Investition und Zukunftsgestaltung. Durch großes Vermögen vermag ich Großes.

Ein Problem für (= pro) den Verstand ist bereits die Lösung für (immer noch = pro) das Herz. Der Verstand nimmt ein Problem **wahr** (endlich ist er aufgewacht!): Problembewusstsein erweckt die Wahrnehmungsfähigkeit und Achtsamkeit des Verstandes.

2. SPIRITUELLE
LÖSUNG

Das Problem ist eine Botschaft, eine Liebeserklärung des Herzens an den Verstand! Doch wenn der Verstand das Problem jetzt analysieren wollte, würde er sich verheddern und verfangen, sich der Botschaft und damit der Lösung widersetzen. **Das Problem taucht auf der Ebene des Verstandes auf, ist aber auf dieser Ebene nicht zu lösen.**

*Was für eine Botschaft könnten also **Schulden** haben? **Wenn ich Schulden habe, schulde ich der Gemeinschaft etwas.** Ich habe mir Energie geliehen (= Kredit), **lebe von fremder Energie.** Ich lebe in einem Zustand, der mehr Energie verbraucht als Energie produziert. Als Schuldner bin ich ein Energieräuber und kein Energiebringer. **Ich schulde der Gemeinschaft Energie** (= Kreditrückzahlung).*

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Der Verstand könnte das Problem verkürzt verstehen als **eine Technik**, den drückenden Kredit zurückzuzahlen. Doch die Botschaft ist eine andere: **lernen, ein Energiebringer zu werden**. Nicht von der Energie anderer zu leben, sondern EnergiebringerIn, LichtträgerIn, LiebhaberIn zu werden. Nicht Energie zu vernichten, sondern Energie zu erzeugen.

Die Botschaft kann auch lauten: **Schulden** entstehen aus **Schuld-Gefühlen**, einem schwachen Selbstwertgefühl, einer Opferhaltung, aus Enge, Angst und Mangel. So gesehen ist **Problemlösung Seelen-Arbeit und keine Verstandes-Technik**.

Das Problem ist die Botschaft (= Lösung) selbst.

Die Lösung für den Verstand heißt, die Botschaft des Herzens intuitiv zu verstehen, wieder in die **Losgelöstheit des Herzenszustandes** zu kommen. Nachdenken ist Widerstand und verhindert Intuition.

Das bedeutet: Probleme sind letztlich nur **herzlich und spirituell** über die Deutung der Botschaft durch intuitive Eingebung zu lösen. Ein Problem wird zu einem Gewinn, wenn es zu einem **Gewinn an Einsicht und Bewusstheit** führt.

Mit einem Satz: **Probleme sind unsere spirituellen LehrmeisterInnen**. Wir können uns von allem Problemen lösen, aber nur, wenn wir uns nicht von dem Begriff »Problem« lösen. Davon dürfen wir uns nicht lösen.

Probleme sind spirituelle Lehrer

Manchmal lösen sich Probleme auch von selbst! Es gibt bestimmte Problemketten. Der Ursprung eines Problems ist letztlich spirituell (z.B. Mangel an Selbstliebe), drückt sich in mentalen Problemen aus (z.B. Urteilen, verurteilen, Vorurteilen), drückt sich in emotionalen Problemen aus (z.B. Angst, Aggression), drückt sich in körperlichen Problemen aus (z.B. Bluthochdruck, Herzinfarkt).

Problemketten beachten!

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Je mehr ich in der Problemlösung an die spirituelle Ursache gehe, desto mehr Probleme lösen sich auf der mentalen, der emotionalen und der physischen Ebene von selbst!

Dies führt uns zu einem wichtigen Selbstverständnis einer Beratungs-Praxis: Je mehr wir dem Kunden zur spirituellen Einsicht verhelfen, der spirituellen Problemlösung, desto wertvoller ist unser Dienst. So lösen sich ganze Problemketten.

Ein weiterer Aspekt: Habe ich in mir die spirituelle Lösung gefunden, kann ich es **dem Leben überlassen, den Rest zu tun**. Auch so lösen sich Probleme wie **VOM SELBST**. Ich habe mich als Energiebringer erkannt und plötzlich ereignen sich nur noch »glückliche Zufälle«.

Wir haben uns daran gewöhnt, **Unternehmen als »Problemlöser für Kunden«** zu verstehen. Irgend etwas stimmt da doch nicht! Eltern sind auch nicht dafür da, die Probleme (z.B. Hausaufgaben) ihrer Kinder zu lösen. Wie ist diese missglückte Definition (»Problemlöser für Kunden sein«) jetzt spirituell zu verstehen und eine »geglückte« zu finden?

3. PROBLEM-
LÖSER FÜR
KUNDEN?

Es liegt doch auf der Hand: Stellen Sie sich vor, ein Kunde kommt in die Beratung und klagt darüber, dass ihm die Schulden über den Kopf gewachsen sind und die Ehe gefährdet, weil man sich ständig nur noch über Geld streitet.

Liegt die Problemlösung für den Kunden jetzt darin, den Schuldenbetrag auf sein Konto zu überweisen?! Wohl kaum. Das wäre keine echte Problemlösung, sondern nur eine Problem-Verlagerung. Der Kunde hätte nichts gelernt und Sie ein Loch in der Kasse.

Um es klipp und klar zu sagen: **Es ist n-i-c-h-t unser Job, Probleme f-ü-r Kunden zu lösen.**

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Wenn wir dem Kunden Zahnpasta verkaufen, heißt das nicht, dass wir ihm auch noch die Zähne putzen müssen.

Zähneputzen ist s-e-i-n Job.

Jeder hat die Probleme, die er sich selbst verdient hat (und ihm dienen wollen). Und jedem stellen sich

genau die Probleme, die er für sein spirituelles Wachstum gerade **jetzt** braucht und die er lösen kann. Das Leben stellt einen niemals vor unlösbare Probleme.

Jeder muss seine Probleme selbst lösen

Wir würden dieses spirituelle Wachstum des Kunden **sabotieren**, wenn wir ihm die Problemlösung (scheinbar) abnehmen. (In Wahrheit können wir es gar nicht, können wir ihm nur Scheinlösungen liefern!)

Wir sind als BeraterInnen also keine Problemlöser!

Aber Kunden kommen doch zu uns mit nichts anderem als Problemen und Erwartungen! **Sie erwarten von uns, dass wir ihre Probleme lösen. - Und genau das ist ja das Problem!** Wir sind nicht Mama oder Papa für den Kunden. Das ist nicht unser Job. Eine Erwartung des Kunden, dessen Probleme zu lösen, können wir nicht erfüllen. Und wenn wir es doch versuchen sollten (weil wir uns als »Problemlöser« missverstehen), werden wir die Erwartungen nur enttäuschen können, in Misskredit geraten.

Wir müssen es lernen, Kundenerwartung zu erfüllen ohne sie zu erfüllen! Der Kunde erwartet Problemlösung. In Ordnung. Er erwartet sie von uns. Nicht in Ordnung. Wir helfen ihm aber, sie selbst zu lösen. Das ist in Ordnung.

Gehen wir also einen Schritt weiter: Unser Job ist es also nicht, die Probleme des Kunden zu lösen, sondern ihm zu helfen und beraten, seine Probleme selbst zu lösen. Wir sind also keine Problemlöser, **sondern Problemlösungs-BeraterInnen!**

Problemlösungs-Berater statt Problemlöser

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Okay, aber auch das ist erst die halbe Wahrheit. Denn es stellt sich eine neue Frage: **Wie können wir den dem Kunden denn helfen, seine Probleme selbst zu lösen?**

Gehen wir noch einmal auf den eingangs gestellten Vergleich bei der Hausaufgabenhilfe für Kinder ein: Eltern helfen ihren Kindern bei den Hausaufgaben ganz und gar nicht, wenn sie ihnen die Aufgaben abnehmen. Aber auch die Variante ist keine Hilfe, wenn sie die Kinder wohl selbst schreiben lassen, aber **die Lösung diktieren**. Hausaufgabenhilfe für Kinder kann nur heißen: erkennen, wo das Kind blockiert ist, sein Lösungsansatz nicht funktionieren kann. Wir **lösen seine Blockade**, indem wir ihm beispielsweise eine **neue Sicht** vermitteln, damit es so die Lösung selbst findet.

Hilfe zur Selbsthilfe

Es geht also auch nicht darum, dem Kunden die Problemlösung zu diktieren. Auch das ist ein Diktat, eine Diktatur. **Er muss die Lösung selbst finden, nur dann ist es eine echte Lösung und keine Scheinlösung. Aber WIE?!**

Probleme sind wie Fragen. Ein Problem stellt mir die Frage: »Wie gehst du mit mir um? Packst du es jetzt an oder schiebst du mich auf die lange Bank? Bist du jetzt reif - oder soll ich dir noch mehr Druck machen?«

Und die Lösung von Problemen ist wie die Antwort auf Fragen. Uns stellen sich nur die Fragen, deren Antwort wir schon in uns tragen. **Die Antwort des Herzens maskiert sich als Frage für unseren Verstand. Die Lösung des Herzens maskiert sich als Problem für den Verstand.**

Kurz: Wir helfen dem Kunden, indem wir ihm **die richtigen Fragen stellen** und die Antwort selbst finden lassen, wir **lösen Blockaden** (z.B. Energieblockaden, Denkblockaden), damit er wieder in den Fluss kommt.

Die lösungsorientierten Fragen stellen

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Probleme lösen ist Blockaden lösen.

Also: Wir verkaufen **unsere** Problemlösungs-Fähigkeit oder die Problemlösungs-Fähigkeit unseres Produktes!

Und eine Fähigkeit ist eine Potenz! Kurz: Wir verkaufen Potenz.

Mit anderen Worten: Unsere Kompetenz für unsere Kunden liegt darin, dass wir selbst (unsere) Probleme lösen können.

4. ROBLEM-
LÖSUNGS-
KOMPETENZ

Nehmen wir an, Sie haben als Partnerschafts-BeraterIn selbst den partnerschaftlichen Umgang in einer Ehe auch über die Schmerzen einer Scheidung und Trennung lernen müssen. Sie haben dabei viel Lehrgeld bezahlt und viele Einsichten gewonnen.

*Sie haben sich eine Kompetenz bei der Lösung von Partnerschafts-Problemen gegenüber dem Kunden erworben. Sie könnten dem Kunden bei Eheproblemen so helfen, **dass die Ehe nicht scheitern muss, sondern sich wieder erneuern kann.** Was ist das für ein Wert, den Sie den Kunden vermitteln können! Das könnte unbezahlbar sein!*

Wir verkaufen also **unsere** Problemlösungs-Fähigkeit. Das ist unser Vorsprung gegenüber unserem Kunden.

Die hohe Schule der Problemlösung ist **die Fähigkeit, Unternehmensprobleme zu lösen!** Und auf Ihrem Weg von der Geschäftsidee bis zum Kunden haben Sie schon viel Energie, Kreativität, Geld für Problemlösungen investiert. **Dabei trägt jede Problemlösung in sich das Potential eines Produktes, das Sie verkaufen können.**

5. GESCHÄFTS-
PROBLEME
LÖSEN

Mit anderen Worten: Jede PROblemlösung ist eine PROfit-
quelle. Sind Sie **fit für PRO?!**

6. FIT FÜR
PRO

8. Der optimale Umgang mit Kunden

.....

Wir sind im letzten Feld und machen jetzt zum Thema, was die ganze Zeit schon das Thema ist: den Kunden. In gewissem Sinne haben wir uns im Kreis gedreht - und wir schließen mit dem 8. Thema jetzt den Kreis.

Unsere acht Bereiche erfolgreicher Geschäftsführung sind keine Stufen, sondern Segmente eines Kreises. In der Entfaltung unseres Geschäfts dreht sich immer wieder alles um diese Bereiche. Wir haben es auf immer höherer Ebene mit den immer gleichen Themen zu tun.

Der abschließende Bereich erfolgreicher Geschäftsführung umschließt die beiden Themen:

- Dienen: spirituell
- Problemlösungsfähigkeit ist Führungsfähigkeit

Wir haben mit unserer Lebens-Vision, unserer Geschäfts-Idee begonnen. **Doch der Kunde ist nicht dazu da, unserer Vision zu dienen.** Da würde etwas Kopf stehen. Wäre denn die andere Formulierung richtig: Wir haben der Lebensvision des Kunden zu dienen? Auch keine helle Begeisterung! - Wir sind in einem Dilemma!
Was heißt durch Leistung dienen?

Wir brauchen offensichtlich **ein neues Konzept des Dienens!** Wir können es jetzt kurz machen, da wir jetzt wissen: Eine echte Lösung ist eine spirituelle Lösung. Also: Wir brauchen jetzt **ein spirituelles Konzept.**

1. DAS DIENEN

Die Frage ist: Wer dient wem? Noch klarer formuliert!
Diene ich dem EGO des Kunden? Dient der Kunde meinem EGO? (Wir erkennen schon: In der auf den Punkt gebrachten Frage steckt die Antwort!)

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

Wenn sich im Markt Egoisten (als Verkäufer wie Käufer) treffen, dann kommt genau das heraus, was wir vom Marketing kennen: Krieg, Kampf, Ausbeutung, Übervorteilung, Wucher, Schlitzohrigkeit, Manipulation, schnelle Mark machen, Produkt absetzen - und WEG!, an der Dummheit des Kunden Geld verdienen, die Philosophie: mein Gewinn ist dein Verlust.

Kurz: EGO ist Kampf, EGO ist Marketing.

DIENEN
jenseits
des EGO

Können wir also DIENEN abschreiben?

Keinesfalls! Man kann auch etwas anderem dienen als dem EGO (Es Geht auch Ohne): dem SELBST nämlich. Und das ist das spirituelle Konzept des Dienens.

Indem ich meinem SELBST diene, diene ich dem SELBST des Kunden. Indem ich dem SELBST des Kunden diene, diene ich meinem SELBST.

So bringe ich auch meine VISION (die aus dem Selbst kommt) mit der Vision des Kunden (die aus seinem SELBST kommt) in Einklang. **Aus Kampf wird Liebe, aus Marketing wird Spiriting® (= spirituelles Marketing).**

Auch jetzt hilft uns die Sprache weiter: **PRO-DUKT** 2. FÜHRUNG
kommt von »pro-ducere« und meint: vorführen, vorwärts führen, hervorbringen (wie gebären).

Unser Produkt, unsere Leistung, unser Dienen ist die **Führung** des Kunden. **Wir werden dafür bezahlt, den Kunden zu führen.** Spirituell: Wir führen den Kunden zu sich SELBST. **Das ist unser eigentlicher Job.**

Kunden zu sich
SELBST führen

Und unsere Fähigkeit, den Kunden zu führen, ist abhängig davon, wie wir in der Lage sind, uns selbst zu führen. **Unsere Problemlösungs-Kompetenz ist Führungskompetenz für den Kunden, für den Markt.**

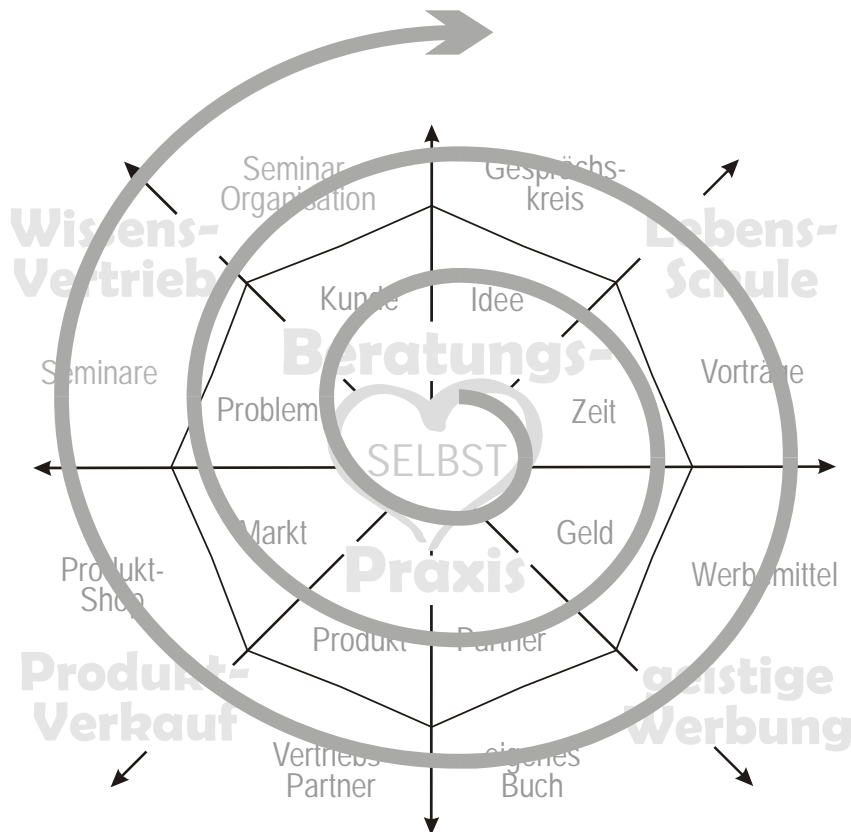
Das ist die Lösung!

2. Geschäfts-Führung als Problemlösungs-Fähigkeit

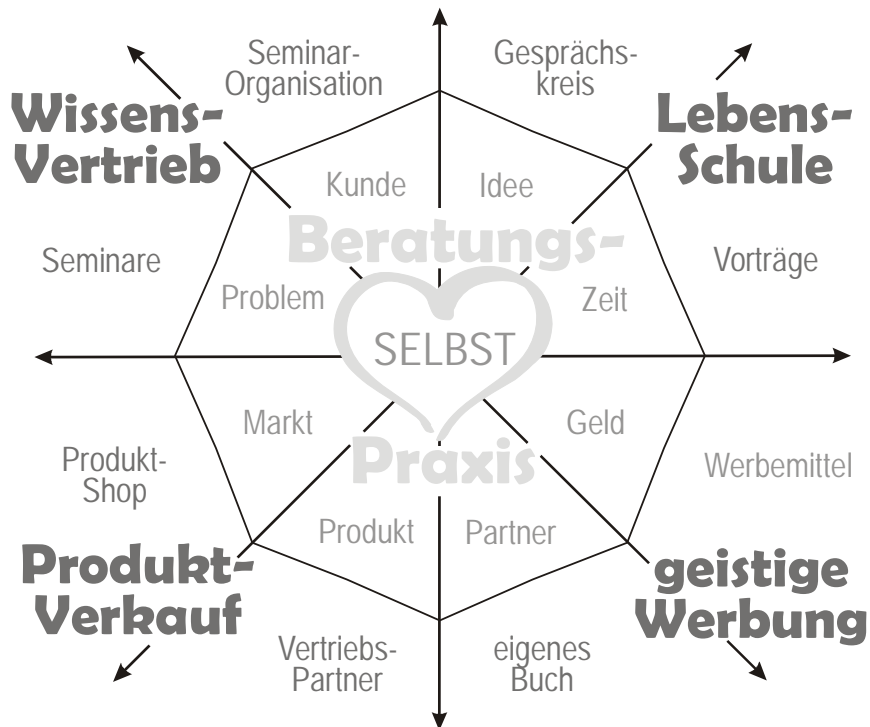
Der optimale Umgang mit dem Kunden und den anderen Bereichen der Geschäftsführung (der Beratungs-Praxis) ist der spirituelle Umgang. Das ist das ganze Geheimnis!

Wir werden das Thema in der Einleitung des nächsten Teils vertiefen: Teil 1 war **Selbstführung**, Teil 2 ist **Geschäftsführung**, Teil 3 wird **Marktführung** sein.

Wenn wir in der Lage sind, uns selbst zu führen und unser Geschäft zu führen, dann lernen wir auch, den Markt zu führen - auf spirituelle und liebevolle Weise.



3. Teil: Markt-Führung



Im Mittelpunkt des TEIL III steht **die Marktführung** der Beratungs-Praxis als spirituelle Praxis:

- Es geht um Marktführung!
- **Acht Dimensionen der Marktführung**
- Durch Bewusstheit zum Bewusstsein führen
- Entfaltung **spiritueller Lebensqualität**
- Was macht **die Spiritualität eines Produktes** aus?
- **Spirituelle Führungsfähigkeit**
- Das offene Konzept der **Lebensschule**

Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: SPIRITING®

Es geht um nichts anderes als Marktführung!

Der Begriff »Marktführung« mag erschrecken. Denken wir dabei doch an Weltfirmen wie IBM, Microsoft, Sony, Hewlett-Packard, American Express, Nokia, Aspirin, was auch immer.

Doch in der heutigen Zeit gibt es eine Wahrheit: Wir können im Markt nur dann langfristig und nachhaltig Erfolg haben, wenn wir unseren Markt führen.

Marktführung = den Markt führen

Es geht bei Marktführung nicht (oder nur selten) darum, die ganze Welt als Markt, sondern den **eigenen** Markt zu führen. Der **eigene** Markt sind die **eigenen** Kunden und Interessenten. Und wenn Sie nur einem **einzigen** Kunden mit Ihren Leistungen dienen würden und davon leben könnten, wäre das Ihr Markt.

Ihre Kunden = Ihr Markt

Markt ist der **Austausch** zwischen Leistungen (Nutzen) für den Kunden und Geld vom Kunden für die Leistung. **Markt ist also die Interaktion und Kommunikation mit den Menschen, denen Sie durch Ihre Leistungen und Produkte einen Nutzen bieten.**

Der Massenmarkt (ein identisches Produkt für Millionen) hat längst seinen Rückzug angetreten. Menschen wollen als Individuen mit ganz persönlichen Bedürfnissen und Problemen angesprochen werden. **Der Markt wird persönlich, individuell, das Produkt maßgeschneidert.**

Ihr Geschäft (als Beratungs-Praxis) ist typisch für die neue Zeit, die neuen Dienstleistungen: Ihre Beratung für einen konkreten Klienten mit konkreten Problemen und Wünschen generiert eine ganz individuelle Beratung, ein maßgeschneidertes Produkt für diesen **einen** Klienten. Das Produkt wird zum Unikat.

Ein individuelles,
einzigartiges
Produkt

Ihre Beratungs-Praxis ist dann lebensfähig, wenn Sie **einen eigenen Markt generieren und halten können**, eine **Summe von Klienten, Kunden und Interessenten**, denen Sie einen konkreten Nutzen bieten (vor allem: Verbesserung ihrer Lebensqualität) und von dem Sie und Ihr Geschäft leben kann.

In Wahrheit konkurrieren Sie nicht mit anderen um einen irgendwo da draußen existierenden Markt, sondern Sie schaffen sich durch Ihre Person, Ihr Geschäft, Ihre Leistung einen ganz **eigenen** Markt, einen »Nischen-Markt«. **Doch diesen Markt gilt es zu führen, sonst löst er sich wieder auf.**

Markt ist Austausch

Keine Frage: Markt ist Austausch. Wenn ich auf einen Markt gehe, habe ich etwas zu verkaufen (geben) oder will etwas kaufen (nehmen). Ich verkaufe ein Produkt und bekomme dafür Geld oder kaufe ein Produkt und gebe dafür Geld.

Der Markt lebt vom gegenseitigen Vertrauen! Denn was wir da tauschen, sind nur **Potentiale**.

Das Geld, das ich für meine Produkte bekomme, kann ich nicht essen. **Geld ist nur ein Potential**, mir Essen (oder was auch immer) kaufen zu können. Zweifellos: Geld ist eigentlich nicht das, was ich haben will, sondern nur ein Zwischenglied, ein Potential, um mir damit kaufen zu können, was ich **eigentlich** will.

Der Markt ist
ein Austausch
von (Nutzungs-)
Möglichkeiten

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: **SPIRITING®**

Aber auch **das Produkt ist nur ein Potential**. Es ist nicht die Bedürfnisbefriedigung selbst (es sei denn, Kaufen selbst ist zu einem - krankhaften - Bedürfnis, einer Ersatzbefriedigung geworden). Wenn ich einen Apfel kaufe, ist damit mein Hunger noch nicht gestillt. Er ist nur ein Potential, meinen Hunger zu stillen. Ich muss erst das Potential des Apfels nutzen und ihn essen, um mein **eigentliches** Bedürfnis zu befriedigen.

Also wir tauschen im Markt Potentiale aus. Ich mache etwas mit dem **Potential des Geld** und nutze es, der Kunde macht etwas mit dem **Potential des Produktes** und nutzt es.

Doch gehen wir einen Schritt weiter: Was ich mit »seinem« Geld mache, muss den Kunden nicht mehr interessieren, was der Kunde mit »meinem« Produkt macht, muss mich nicht mehr interessieren. Der Tausch ist geschehen, der Besitzer juristische gewechselt. Ob und wie der andere das getauschte Potential nutzt, liegt nach dem Tausch nicht mehr in unserer Verantwortung.

Die Selbst-
Verantwortung
der Nutzung

Wir tauschen aber nicht nur Potentiale aus, sondern damit auch Versprechen. Der Kunde verspricht mir, dass er mir kein Falschgeld gegeben hat, sondern ich sein echtes Geld (moderner: gedeckten Scheck) in meinem erwarteten Interesse nutzen kann. Ich verspreche dem Kunden, dass mein Produkte keine »hohle Nuss«, »leere Verpackung« ist, sondern er es in seinem erwarteten Interesse nutzen kann.

Der Markt ist
Austausch von
Versprechungen

Es gibt eine ganze Industrie, die diese Versprechen produziert: **die Werbung**. Und intelligente Werbung stellt nicht einfach nur das Produkt in den Raum (»Das Bett kostet so-und-so-viel.«), sondern stellt das Potential heraus, verspricht Nutzen (»Tief schlafen, paradiesisch träumen und zu zweit auch mehr«).

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: SPIRITING®

Durch den Austausch von Versprechen birgt der Markt auch die Möglichkeit der Übervorteilung, des Betrugs. Die eigentliche Betrugsquelle liegt aber weniger im Geld, sondern im Produkt. Gut, Rechnungen können nicht bezahlt werden, Schecks ungedeckt sein, gelegentlich wird auch mit Falschgeld gehandelt, **aber wenn ich das Geld vom Kunden habe, dann hält das Geld auch sein Versprechen** (das ist vom Staat, von der Notenbank garantiert!).

Das Potential
des Betrugs

Aber das Produkt muss noch lange nicht sein Versprechen oder das Versprechen der Werbung halten. Das garantiert niemand.

Subtil wird es, wenn die »Gebrauchsanweisung« eines Produktes seine Unbrauchbarkeit, seine Nutzlosigkeit auf den Kunden abwälzt: »Wenn du das Potential des Produkts nicht richtig nutzen kannst, bist du selber Schuld! Ist deine Dummheit.« Wie viele Geschäfte spekulieren mit der »Dummheit« des Kunden!

Worum es uns geht: Wer nicht einfach nur am »großen Markt« partizipieren, sondern **einen eigenen Markt** generieren will, der muss vor allem Vertrauen aufbauen, denn **Markt ist Vertrauenssache. Ohne Vertrauen kein Markt, kein Austausch von Potentialen, kein Austausch von Versprechen.**

Markt ist
Vertrauen

Die erste Phase, Geschäfte zu machen und einen eigenen Markt zu bilden, ist also Vertrauensbildung. Nachhaltiges Vertrauen kann man sich nicht über Werbung erkaufen, sondern nur durch zufriedene und begeisterte Kunden und ihre Weiterempfehlung selbst erwerben: Leistungen und Nutzen bieten, die begeistern. Und vorweg: **Geist begeistert am meisten, intelligente Produkte fördern intelligente Nutzung, Bewusstsein als Produkt erhöht Lebensqualität!**

Schaffen Sie
zuerst Vertrauen!

Mit diesem Verständnis für **die Bildung eines »eigenen Marktes«** wollen wir uns jetzt den beiden Begriffen »Markterfolg« und »Marktführung« annähern.

Erfolg ist Führung!

Wir definieren ERFOLG gerne als »das, was erfolgt«. Ist „Erfolg“ das, was erfolgt?
Erfolg ist so gesehen also immer eine Wirkung, **unabhängig davon, ob sie beabsichtigt war oder nicht.**
So ist mein ganzes Leben ein Erfolg, bin ich immer 100% erfolgreich, ist mein Leben eine einzige Folge dessen, was ich verursacht habe. Ein voller Erfolg, auch wenn ich mit dem Resultat unglücklich bin.

Diese Sicht des Erfolgs ist sicher berechtigt und ein erster Schritt zur Selbstverantwortung, doch **re-aktiv: Was immer geschieht, ist ein Erfolg.**

Erfolg ist einfach nur das, was geschieht. Aber so macht der Begriff »Erfolg« wenig Sinn, ist nur die Hälfte der Wahrheit. So gesehen gibt es keinen »Misserfolg«, weil auch Misserfolg einfach nur erfolgt ist.

Bei der **pro-aktiven Sicht von Erfolg** geht es jedoch darum, dass das Resultat des Handelns auch mit der **Absicht** im Einklang ist. Ich erziele nicht nur Resultate, sondern **erwünschte, beabsichtigte** Resultate. Resultat = Absicht

Edison hat bei der Erfindung der Glühbirne mit **jedem** einzelnen Versuch ein Resultat erzieht: SO geht es nicht. Doch er hat **die Versuchsreihe so lange zum Erfolg geführt**, bis er nach dem 1.264. Versuch sagen konnte: Heureka! Jetzt habe ich es! So geht es!

Mit anderen Worten: **Ich führe ein Vorhaben zum Erfolg. Erfolg ist eine Führungsaufgabe.** Ohne eine Folge von Folgen zu **führen** kann ich keinen **beabsichtigten Erfolg** erzielen. **Erfolg ist Führung.** ERFOLG ist eine Führungsaufgabe

Jetzt macht auch der Begriff »Misserfolg« einen Sinn: Misserfolg ist zwar erfolgt, aber eigentlich »Noch-nicht-Erfolg«. Die Alternative heißt: »weitermachen oder aufgeben?«. Erfolgreiche Menschen machen weiter, Erfolgreiche geben auf, versagen sich den Erfolg. So gesehen besteht die Führungsaufgabe darin, **vorläufige Misserfolge in den beabsichtigten Erfolg zu führen**. Durch Führung werden Misserfolge zu Vorläufern des Erfolgs.

Markterfolg ist also, das eigene Geschäft so in den (noch anonymen) Markt unter Menschen zu führen, dass es lebensfähig ist. Lebensfähig ist ein Geschäft (und jedes lebende System) dann, wenn es einen **Energieüberschuss** produziert, d.h. unter dem Strich mehr Energie (Geld) aufnimmt als es Energie abgibt, und so Energiereserven aufbauen kann.

Was ist Markt-Erfolg?

Markterfolg ist also ohne Führung nicht denkbar: das Geschäft zum Erfolg führen.

Acht Dimensionen der Marktführung

.....

Führen heißt nicht warten, sondern handeln, pro-aktiv sein, **voraus gehen**, hingehen, wo andere noch nicht waren, mutig sein, ein Risiko eingehen, Verantwortung übernehmen, neue Wege bahnen. **Führen ist immer auch eine Pionierleistung.** Und für Pionierleistungen gibt es Pioniergewinne!

Wie ein Pionier führen

Mag sein, dass man mit einem anderorts erprobten Konzept arbeitet (z.B. dem Konzept der Lebensschule), doch ein solches Konzept vor Ort unter ganz konkreten Bedingungen in die Realität umsetzen, auch einen bereits erprobten Plan unter neuen Umständen **durchführen**, ist eine Führungsaufgabe, eine Pionierleistung. Je früher gegenüber anderen, desto höher die Rendite. **Führen heißt nicht nachmachen, sondern vormachen.**

Auch Durch-Führen ist Führung

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: **SPIRITING®**

Wir können **acht Dimensionen** der Marktführung unterscheiden:

(1) Ich führe mein Geschäft »in den Markt«.

Das heißt vor allem: Ich mache mein Geschäft anderen Menschen bekannt, strahle Sympathie aus, bin für Menschen durch besondere Kompetenz attraktiv, gewinne Vertrauen und **Glaubwürdigkeit**. Mein Geschäft bekommt einen Namen, ein Image, eine Ausstrahlung, wird letztlich zu einer Marke.

Das geschieht nicht von selbst, sondern ist eine bewusste Führungsaufgabe. Wir sprechen auch von **»Markt-einführung«**.

1. Das Geschäft in den Markt führen

(2) Ich führe Menschen an mein Geschäft heran, mache sie zu Interessenten und Kunden.

Durch meine erworbene **Glaubwürdigkeit** sind Menschen also bereit, mit mir ein Geschäft zu machen: Sie geben mir Geld, weil sie **mir vertrauen** und erwarten, dass meine Leistung für sie nützlich und preiswert ist (das wird sich erst herausstellen!). **Das Geld des Kunden ist sozusagen ein Kredit, ein Glaubensvorschuss!** Er glaubt an meine Leistung, an mein Produkt, an den Nutzen für sich. Der Nutzen sollte ihn nicht enttäuschen, sondern seine Erwartungen mehr als erfüllen! Meine Glaubwürdigkeit ist unter Beweis gestellt, **wenn der Kunden wieder kommt** (und nicht das Produkt als Reklamation!).

2. Menschen an das Geschäft führen

(3) Ich habe Erfolg, wenn Kunden mir folgen
(Führung hat Folgen und Gefolge.).

Es geht nicht darum - wie es heute immer noch im Marketing heißt -, Kunden zu »binden« (niemand möchte in diesem Sinne gebunden werden), sondern **Kunden so zu führen, dass sie (freiwillig) folgen.**

Kunden folgen, wenn ihre Erwartungen mehr als erfüllt worden sind, sie durch die Partnerschaft mit meinem

3. Erfolg = Kunden folgen

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: **SPIRITING®**

Geschäft einen echten Gewinn erzielt haben. Je mehr Erwartungen erfüllt, desto besser.

Mein eigener Markt sind meine Stammkunden.

Marktführung ist vor allem die Pflege von Stammkunden. Denn wenn ein Geschäft ständig nur von Neukunden lebt, dann ist es nur eine Frage der Zeit, wann auch Neukunden ausbleiben, weil mein Geschäft nicht hält, was es verspricht. **Ständige Neukunden sind kein eigener Markt, sondern Durchzug.**

(4) Marktführung ist auch, sich von seinen Kunden führen zu lassen.

4. Kunden führen

Wer sich nicht selbst führen lassen kann, kann andere nicht führen. Der Kunde weiß am besten, was er braucht, auch wenn er es häufig nicht artikulieren kann. Aber ich kann ihn fragen. Meine Fragen führen dazu, dass er sich seiner Probleme, Wünsche, Bedürfnisse, Träume bewusst wird. **Das ist Co-Führung: Ich führe den Kunden dazu, mich zu führen, damit mein dadurch verbessertes Produkt den Kunden führen kann.**

(5) Denn Marktführung ist letztlich nur möglich, weil mein Produkt führt.

5. Das Produkt führt

Denn wenn ein Produkt, eine Leistung nicht zu einem vom Kunden erwarteten Resultat führt, ist es nichts wert! Ein Produkt (lat. **pro-ducere** = herausführen) führt aus einem Problem heraus, oder führt zur Realisierung von Träumen (ein Traumhaus, das mir ein Architekt baut), oder führt hin zur Verbesserung der Lebensqualität. Und wenn es ein Essen ist, das zum Beenden des Hungers führt. Ein Produkt, das nicht irgendwo hin führt, ist nicht zu gebrauchen. **Ein wertvolles Produkt führt zu einem wertvollen Erfolg!**

Da ich ein Produkt kreiere, das zu etwas führt, das den Kunden führt, **führt das Produkt auch mich!** Das Pro-

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: **SPIRITING®**

dukt führt mich (als Produzenten) dazu, es ständig in seinem Potential für den Kunden zu verbessern.

(6) Marktführung ist auch Wandel meistern.

6. In die Zukunft führen

Nicht nur wir und unser Geschäft unterliegen dem Wandel, sondern auch unsere Kunden und der eigene Markt.

Der rasante gesellschaftliche Wandel macht angst, verlangt nach neuer Orientierung und ... Führung.

Wenn ich es schaffen, auf drängende Fragen und Probleme des gesellschaftlichen Wandels Antworten und Lösungen zu bieten, **dann führe ich meinen Markt.**

Wandel meistern heißt, mit den eigenen Kunden eine lebenswerte Zukunft erfinden. Marktführung heißt auch, meinen Markt, mein Geschäft, mich selbst in **die Zukunft zu führen.** Mein Geschäft und ich verschmelzen (symbiotisch) mit meinem Markt, gestalten eine gemeinsame Zukunft. Wir sind uns gemeinsam Zukunftspartner.

(7) Marktführung heißt immer auch, etwas zusammen führen.

7. Zusammen führen

Ich führe mein Geschäft mit andren Menschen zusammen. Gut. Aber **mein Markt ist auch eine »Gemeinschaft von Menschen«**, die nicht nur in der Kundenkartei ihre Gemeinschaftlichkeit erfahren muss, sondern von mir zu einer realen Gemeinschaft zusammengeführt werden kann. Zum Beispiel in einem Kundenclub, bei meinen Kundenseminaren, bei Geschäftsfeiern, über ein Diskussionsforum im Internet.

(8) Mein Markt führt sich selbst!

8. Sich führen lassen

Das ist die hohe Schule der Marktführung. Sobald ich einen eigenen Markt geschaffen habe, mein Markt sich als Gemeinschaft von Menschen gebildet hat, bekommt er ein **Eigenleben** und ist in der Lage, sich selbst zu führen. Das ist das TAO der Führung: führen ohne zu führen, **Selbstführung geschehen lassen.**

Der Markt ist das Geschäft

.....

Wenn alle acht Dimensionen der Marktführung greifen, ist der Markt nicht mehr draußen und das Geschäft drinnen, die Firma WIR und die Kunden die ANDEREN, sondern **mein Markt ist zum Geschäft, das Geschäft zum Markt geworden**. Unsere Kunden gehören zu unserer Gemeinschaft. **Mein Markt, das sind WIR**.

Der Markt
sind WIR

Die Kunden, das Klientel sind nicht mehr »draußen«, sondern Quasi-Mitarbeiter des Geschäfts. Ich habe etwas völlig Neues kreiert. Es ist ein nach außen sicher offenes und fluktuierendes System, aber ein lebendes System, das wie eine Familie zusammen gehört.

Zuerst schaffe ich die Einheit mit mir selbst, dann die Einheit meiner Firma, dann die Einheit meines Marktes. Das ist Führung.

Zur EINHEIT
führen

Durch Bewusstsein zum Bewusstsein führen

.....

Führen heißt sich und andere bewegen. **Bewegung in eine Richtung führen**. Die Frage ist: WODURCH bewegen und WOHIN führen?

Wodurch
bewegen?
Wohin führen?

Gerade wenn gesellschaftlicher Wandel Angst macht und Orientierung erschwert, **ist Bewusstsein gefragt**: die Weisheit über dem Wissen und noch weiter über der bloßen Information, den Daten, den Bits.

Und wenn dieser Wandel Unsicherheit erzeugt, **ist die Sicherheit des Selbstbewusstseins gefragt**: die Erkenntnis, dass es wahre Sicherheit nicht im Außen, sondern nur im Inneren gibt. »ICH BIN« ist sicher.

Kurz: Führung führt durch Bewusstsein zum Selbstbewusstsein.

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: SPIRITING®

Unser Kompetenzvorsprung vor dem Kunden ist letztlich ein Vorsprung in Bewusstsein und Selbstbewusstsein: Vorsprung in
Bewusstheit

Der Bewusstere führt den weniger Bewussten zu mehr Bewusstsein. Das ist das ganze Geheimnis der Marktführung. **Wir werden dafür bezahlt, den Kunden zu führen:** zur Selbständigkeit, zur Selbstbestimmung, zum Selbstbewusstsein.

Das ist auch der tiefe Sinn unserer Leistungen und unseres Dienstes am Kunden. Wir hatten es schon auf den Punkt gebracht: Indem ich dem SELBST des Kunden diene, diene ich meinem eigenen SELBST. So fügt sich alles zu einer Einheit.

Es kann kaum eine dankbarere Aufgabe geben: **Indem ich meine eigenen Potentiale entfalte, gewinne ich die Kompetenz, andere zu führen.**

So wird **die ständige eigene spirituelle Erneuerung und Bewusstseinsweiterung** zur entscheidenden Führungsaufgabe. In meinem eigenen spirituellen Wachstum schaffe ich mir den Vorsprung, mache ich mich kompetent, mein Klientel zu führen. Spirituelles Wachstum wird in der Marktführung zur Pflicht. **Wir kommen in eine faszinierende Zeit, in der der Markt spirituelles Wachstum belohnt!**

Der Markt belohnt
spirituelles
Wachstum

Entfaltung spiritueller Lebensqualität

In der Zeit des Mangels nach dem großen Krieg in Europa und Asien vor etwa 50 Jahren ging es um das Überleben. Die Überlebensbedürfnisse des Menschen standen im Vordergrund. Man konnte mehr oder weniger produzieren, was man wollte: Bedürfnis, Nachfrage, Markt waren einfach da. Der Markt schien unersättlich. Es war **die sonnige Zeit des Verkaufens**, in der das Produkt »sich selbst verkaufte«.

Das Eldorado
des VERKAUFS

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: **SPIRITING®**

25 Jahre später sprach man von der **»Sättigung des Marktes«**. Das Produkt verkaufte sich nicht mehr von selbst. Der Markt musste manipuliert werden, um noch Produkte **»absetzen«** zu können. Es begann **die Zeit des Marketings**. Höhere Bedürfnisse des Kunden wollten befriedigt, Träume erfüllt, Lebensqualität verbessert werden. Es ging jedoch vor allem darum, dem EGO des Kunden zu schmeicheln: **»Meine Villa, meine Yacht, meine Pferde, mein Vermögensberater...«**. Lebenserfolg sollte in sichtbarem Luxus erkennbar sein. Doch diese Art von Lebenserfolg beginnt einen faden Geschmack zu bekommen. Hinter der äußeren Fassade als Blendwerk gähnt eine innere Leere.

Vom Verkauf
zum Marketing

Das EGO-Marketing, das sich aus diesem Denken nicht befreien kann, versucht jetzt, Bedürfnisse zu **»wecken«**, die der Kunde gar nicht hat, Probleme zu **»erfinden«**, die den Kunden gar nicht drücken, Lösungen zu bieten, wo es gar keinen Bedarf gibt. **Dieses Marketing ist in einer Sackgasse!**

Weg vom
EGO-Marketing

Wir haben alles, doch unsere Arbeit macht keine Freude, unsere Beziehungen sind unbefriedigend, unsere Gesundheit lässt zu wünschen übrig. Wir suchen nach Sinn, Werten, Glaube, Erfüllung, Glück, der Entfaltung von Potentialen und letztlich Liebe.

So etwa **mit dem neuen Jahrtausend** sind wir in einer neuen Phase. Wir haben dieser Phase den neuen Namen **Spiritings®** gegeben, das für **»spirituelles Marketing«** steht, die Überwindung des EGO-Marketings der Manipulation. Es geht jetzt darum, den Menschen bei der Erfüllung ihrer **spirituellen Bedürfnisse** behilflich zu sein.

Hin zum
SPIRITING®

Die **Erhöhung der Lebensqualität** ist jetzt nicht mehr vordergründig äußerer Reichtum, Ego-Aufblähung, sondern innerer Reichtum, Selbst-Entfaltung. **Lebensqualität wird spirituell!**

Was macht die Spiritualität eines Produktes aus?

Zunächst müssen wir uns bewusst sein, dass wir keine spirituellen Bedürfnisse »wecken« müssen. Wir müssen keine spirituellen Probleme »erfinden«, um dem Kunden dann auch gleich die »spirituelle Lösung« zu bieten. **Wir sind in der wunderbaren Lage, nicht mehr manipulieren zu müssen!**

Abschied von der
Manipulation

Wir geben dem Menschen das, was er von tiefstem Herzen aus sucht, wonach er/sie süchtig ist, womit sie/er aber auch die Sucht beenden kann. Denn letztlich helfen wir den Menschen, die spirituelle Suche ganz zu beenden, um einfach nur spirituell zu SEIN.

Denn der Mensch ist von seinem Wesen nach spirituell, ein geistiges, kreatives, liebendes Geschöpf, das sich **seinem eigenen Weg** durch das Leben bahnt, **um sich selbst zu erkennen und seine Spiritualität als SchöpferIn zum Ausdruck zu bringen.**

Wir haben uns vor 10.000 Jahren mit dem Ackerbau und den Sprung in die (lineare) Zeit endgültig aus dem Tierreich erhoben. Wir haben vor 250 Jahren gelernt, bestehend rational zu denken. Wir lernen jetzt auch die einseitige Rationalität zu überwinden und als »neue Menschen« **unser spirituelles Wesen zu leben.** Im gewissen Sinne beginnt **erst jetzt** die eigentliche Geschichte der Menschheit, der selbstbewussten Menschheit, der schöpferischen Menschheit. Gleichzeitig treten wir aus der Epoche des Materialismus in die Epoche der Spiritualität. Faszinierend, nicht wahr?!

Wir stehen am
Beginn einer
neuen Epoche

Heute sind alle unsere Probleme, Leiden, Schmerzen, Krankheiten, Konflikte, Disharmonien letztlich **nicht ausgelebte, eingeeengte, blockierte Spiritualität.**

Spirituelle Produkte führen uns zu unserer Mitte, zu unserer Quelle, zu unserem Wesen zurück.

Das kann durchaus ein **Mittel zur Nahrungsergänzung** sein, das dem Körper eine fehlende Substanz gibt, damit er seine Aufgaben besser erfüllen kann. Das kann eine **Massage** sein, die Verkrampfungen löst, körperliche Selbstwahrnehmung erhöht. Das kann eine **Sexualtherapie** sein, die Lebensenergie wieder in Fluss bringt. Das kann **Mental-Training** sein, das die Selbstbestimmung erhöht. Es kann eine **Beratung** sein, die die Selbsthilfe des Klienten verbessert.

Immer mehr Produkte (Bücher, Musik, Seminare, Beratungen) verstehen sich ganz offen als spirituell, sind Vorboten des spirituellen Zeitalters.

Doch letztlich hat jedes Produkt auch eine spirituelle Potenz. Kein Produkt besteht ausschließlich aus Materie, sondern hat auch eine geistige Dimension. Genau das gilt es zu erkennen und zu entfalten: Wie hilft es meinem Kunden, zu sich selbst zu finden? Wie hilft es, seine Lebenskraft zu entfalten? Wie hilft es, seine Lebensaufgabe zu erkennen? Wie unterstützt es seinen Lebensfluss?

Die geistige Dimension des Produkts

Führen statt leiden

Der Begriff Führung ist in Misskredit geraten. **Das Leben scheint nicht mehr führbar zu sein, weil es viel zu komplex geworden ist!** Wie können wir führen, wenn das Leben undurchsichtig, rasend schnell, mit allem vernetzt, unberechenbar und instabil geworden ist? Wir sind schon froh, wenn wir etwas überhaupt nur »positiv beeinflussen« können.

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: **SPIRITING®**

Doch diese Art der Führung, die heute kapituliert, ist die rationale Führung, die Führung über den Verstand durch Pläne, Strategien, Zielbestimmungen, Maßnahmen, Management, Manipulation.

Und doch wir haben gar keine Alternative! **Denn wer nicht führen will, muss leiden!** Unser Leiden führt uns **zu einer neuen Art der Führung.** Diese Führung ist eine **Führung aus dem Herzen.** Wir entwickeln uns vom kopfgesteuerten zum herzgesteuerten Menschen. Führung aus dem Herzen

Diese neue Art der Führung hat nicht nur ein anderes Zentrum (das Herz), sondern auch eine andere Perspektive. Wir führen nicht andere, Fremde, sondern **wir führen als Teil eines Ganzen!** Wir steuern das Ganze sozusagen »von innen«.

Um dies in einem Bild zu erläutern: **Wenn das Gehirn die Bewegung der Arme führt, dann führt ein Teil des Organismus einen anderen Teil.** Keiner ist besser oder schlechter. Was wäre das Gehirn, wenn es keinen Arm zum führen hätte, was wäre der Arm, der kein Gehirn zur Führung hätte? Jeder macht nur seinen Job in diesem Organismus. Führende und Geführte sind Teil eines Organismus (eines Ganzen), bei dem jeder nur seinen Job macht! Auch das ist ein Aspekt der neuen Führung.

So ist der spirituelle Führungsauftrag zu verstehen: **Das Leiden des anderen (durch nicht gelebte Spiritualität) ist auch mein Leid.** Doch ich helfe nicht durch Mitleid, sondern durch **spirituelle Führung.** Der spirituelle Führungsauftrag

Menschen, die ihr Leben führen können, sind anziehend. Sie leben die Sehnsucht anderer vor und können sich so einen **eigenen Markt** schaffen. Marktführung bedeutet also, einen Markt zu generieren und ihn **von innen durch spirituelle Führung zu steuern.**

Spirituelle Führungsfähigkeit:

Wer seine **Berufung findet**, der entfaltet auch **ganz natürlich eine spirituelle Führungsfähigkeit**, ohne sich dies bewusst aneignen zu müssen. Wer seine Lebensaufgabe manifestiert, der führt ganz selbstverständlich. **Meisterhaftigkeit ist das Ergebnis einer bewussten Lebensführung.**

So ist es sinnvoll, sich einiger dieser Fähigkeiten bewusst zu werden, um sie dadurch zu fördern. Die Frage lautet also: Wie weit bin ich schon? Wie viel Führungskompetenz habe ich durch meine Lebenserfahrungen schon erworben? Welche Führungsfähigkeiten lerne ich gerade? Welche Herausforderungen werden sich mir vermutlich noch stellen?

- Sich selbst führen können,
sein Leben bewusst führen
- Offenheit für Neues, kindliche Neugier bewahren
- Bereitschaft zu lebenslangem Lernen,
sich ständig weiter bilden
- geistige Flexibilität und örtliche Mobilität
- Bereitschaft, seine Talente zu entfalten, seine
Genialität zu leben und sein Bestes zu geben
- Optimistische Grundhaltung, Begeisterung,
Zuversicht, ansteckende Leidenschaft
- Gottvertrauen (gegen Kontrollsucht):
»Wie tief wir auch fallen, wir fallen in Gottes Hand.«
Fallen lassen können, Hingabe
- Soziale Kompetenz, Mitgefühl (ohne Mitleid),
hin- und anhören können, andere verstehen,
die richtigen Fragen stellen, Liebe als Antwort

Qualitäten der
Lebensführung

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: *SPIRITING*[®]

- Nicht nur Geld ist wichtig,
meine Tätigkeit hat einen Sinn
- Sich berufen fühlen, Berufung leben,
im Leben sein THEMA erkennen
- In allem einen Sinn erkennen
und einen Sinn geben können
- Mit dem Herzen sehen können,
seherische, visionäre Fähigkeiten
- Mut zum Misserfolg als Vorläufer des Erfolgs haben
und als Chance nutzen
- Gesundes Selbstwertgefühl und Selbstbewusstsein
- Kreativ und intuitiv sein
sich als Schöpfer erleben
- Zu seinen innersten Gefühlen und Werten stehen
- Bereitschaft, ein kalkulierbares Risiko eingehen
- Ein stabiles Netz von Freunden und Bekannten
- Mut ohne Übermut, gegen die Angst handeln
- Eine eigene Lebensvision und Lebensaufgabe haben
- Möglichkeit, sich zurück zu ziehen
und zu meditieren, Zeit verlangsamen können
Zeit HABEN
- Die Gelassenheit und Geduld zu haben,
allem Geschehen seine Reifezeit zu lassen
- Mit Angst umgehen können,
in Handlungsenergie verwandeln
- Orientierung an Ethik und Werten der Menschlichkeit
- Einbindung in die Familie
- Gelassener Umgang mit der Informationsflut
Zufälle sich zufallen lassen können

Qualitäten der
Lebensführung

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: *SPIRITING*[®]

- Gefühle zeigen und artikulieren
- Gespür und Ahnung haben, der Intuition folgen
- Balancierende Besonnenheit, ausgewogenes Handeln, in innerem Frieden ruhen
- Unerschütterliche Beharrlichkeit und Ausdauer
- Loslassen können
- Verantwortung ohne Ausflüchte tragen
- Kooperieren und Synergien erzeugen
- An andere glauben und sie aufbauen
- Stille erfahren, Herzintelligenz leben
- Sich selbst durch die innere Führung führen lassen können, denn nur wer sich führen lassen kann, kann auch selbst führen
- Menschlich sein (das muss nicht heilig sein)
- Die Vision des NEUEN Menschen leben
- Männlichkeit (Eindringlichkeit) und Weiblichkeit (Empfänglichkeit) leben, in einen heilsamen Tanz bringen
- Mit liebevoller Macht in der Vollmacht führen
- Raum für andere schaffen und ihnen Platz machen

Qualitäten der
Lebensführung

Führen durch Vision

Ein Führender ist immer auch **ein Visionär: Er sieht die Zukunft**. Er führt **aus** der Zukunft und führt die Menschen **in** die Zukunft. Führungsfähigkeit ist also auch Zukunftskompetenz: Menschen, eine Gemeinschaft (den eigenen Markt) in die Zukunft führen.

AUS der
Zukunft führen

Eine Vision kann nicht ausgedacht werden. Sie ist nicht das Ergebnis rationalen Denkens. Eine echte, energetisie-

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: SPIRITING®

rende Vision kann nur **intuitiv empfangen** (die Firmen-
vision des Gründers) oder durch gemeinsame Innenarbeit
im Team erarbeitet werden. So ist die **Lebensschule**
eine Vision von Prof. Dr. Kurt Tepperwein, die **führende**
Kraft hat.

**Der Umgang mit der eigenen Intuition ist auch ein
Zeichen von Bewusstheit und Führungsfähigkeit.**

Die Vision ist **das Herz, die Seele des Unternehmens.**

Was die Lebensaufgabe im persönlichen Leben, ist die
visionäre Unternehmensaufgabe im gesellschaftlichen
Leben. Es gibt dem Ganzen den Sinn und die Zukunfts-
energie.

Die VISION ist
das HERZ

In der Unternehmensvision sollte jeder Mitarbeiter auch
seine eigene Lebensaufgabe wieder finden. In der
gemeinsam geteilten Vision wie der Lebensschule treffen
sich Menschen zu einer verschworenen und schöpferi-
schen **Schicksalsgemeinschaft.**

Führen ist Visionen erstrahlen lassen und den Raum
schaffen, dass die Vision sich durch die geweckten Poten-
tiale jedes einzelnen entfalten kann.

**Aus der Vision folgt die Mission und die klar formu-
lierte Ab-Sicht.** Die Zukunft gerät in Sichtweite. Die
visionäre und lichtvolle Absicht **bündelt die Energie**
kohärent wie ein Laser.

Führen durch Charisma

Charisma ist **Ausstrahlung:** persönliche Ausstrahlung,
das überstrahlende Image einer Firma. Die Ausstrahlung
von Einzigartigkeit, die **Verkörperung von Wahrheit,**
Schönheit, Güte und Liebe.

Image =
Ausstrahlung
der Firma

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: **SPIRITING®**

Charisma entsteht, wenn wir **unseren** Weg gehen, unserem **inneren Wesen immer näher** kommen. Unser inneres Wesen ist das Licht. Je offener wir ihm gegenüber sind, desto mehr **erstrahlen** wir, desto mehr **Ausstrahlung** haben wir.

Wir tragen unser Licht nach außen:

- **Wir leben unser Potential.** Sie ist unsere spirituelle und faszinierende Macht, ein Zauber.
- Wir verwirklichen **unsere Lebensidee**, sind kreativ und schöpferisch.
- Wir sind von **Leidenschaft und Begeisterung** in der Präsenz des Hier und Jetzt erfüllt.
- Unsere **innere Harmonie und Balance** bringt unser Außen in Harmonie. Wir sind glaubwürdig und genießen Vertrauen.
- Wir sind **pure Lebenskraft**. Unsere Energie fließt frei - durch Ehrlichkeit und Wahrhaftigkeit. Wir sind angeschlossen an kosmische Energie. Wir selbst sind die Quelle.
- **Wir wachsen ganzheitlich:** emotional und sozial, geistig und intellektuell, seelisch und spirituell.
- Wir überwinden unsere Egozentrik und sind in der Lage, **einer Gruppe, einer Gemeinschaft Herz und Bewusstsein zu geben und so zum Leben zu erwecken.**

Das eigene
Licht leuchten
lassen

Menschen mit Charisma haben die Kraft und das Bewusstsein zu führen. Aufbau von Charisma ist Aufbau von energetischer und geistiger Führungskraft.

Das Charisma wird zur Marke im Markt.

Das Charisma
der MARKE

Führen durch Vorbild

Als **Vor-Bild** sind das Bild, das die anderen von uns wahrnehmen und **sehen** können. Als Vorbild sind wir geheimnislos und transparent, **die Verkörperung der Vision.**

Wir versinnbildlichen die Vision, dass es möglich ist: die eigenen Grenzen sprengen, sein Potenzial entfalten, sein Wesen leben, eine Lichtgestalt sein.

Führen durch Vorbild schafft keinen Druck, sondern einen **Sog für andere:** Das möchte ich auch erreichen!

Wir machen uns **als Vorbild sichtbar:**

- Wir zeigen uns, sind präsent.
- Wir zeigen, dass uns unsere Tätigkeit Spaß macht, unsere Berufung ein Spiel ist.
- Wir zeigen jedem unsere Wertschätzung und Sympathie.
- Wir zeigen uns auch von unserer privaten Seite. Es gibt keine Geheimnisse, kein Verstecken.
- Wir zeigen unsere männliche und weibliche Seite.
- Wir zeigen uns als Lernende und Dienende.
- Wir zeigen unsere Kommunikationsfähigkeit: zu- und anhören, verstehen, erklären, Feedback geben und anfordern.
- Wir zeigen unsere Autonomie in unseren Entscheidungen und unsere Abhängigkeit vom Ganzen.
- Wir zeigen unsere Fähigkeit, Konflikte und Probleme zu lösen.

Das Vor-Bild sichtbar werden lassen

Nur indem wir uns zeigen, werden wir eine Verkörperung unserer Visionen und Führung durch Vorbild.

Die Verkörperung der Vision

Führen durch Coaching

Coaching ist die Technik, **den Geführten zu befähigen, sich selbst zu führen.** Das ist gerade für eine erfolgreiche Beratungs-Praxis der ganze Sinn.

Coaching orientiert sich immer am Entwicklungsstand des Gecoachten. Je nach dessen Kompetenz und Engagement können **4 verschiedene Coaching-Stile** unterschieden werden:

- **Dirigieren:** Aufgaben strukturieren, präzise Anweisungen geben, Lösungen demonstrieren, Vorgehen und Resultate kontrollieren
- **Trainieren:** Aufgaben besprechen, Vorschläge machen und lenkend begleiten
- **Sekundieren:** Aufgaben selbst stellen lassen, Mut (auch zu Fehlern) geben, anerkennen, zuhören, animieren, beraten, fördern
- **Delegieren:** Verantwortung übertragen

Vier Coaching-Stile

Coaching bedient sich verschiedener Mittel:

- Wahrnehmung schärfen - Feedback geben
- Fragen stellen - Antwort optimieren
- Ziele vereinbaren - Umsetzung kontrollieren
- Abstimmung an den Entwicklungsstand
- Wachsen an Aufgaben und Selbstverantwortung
- Hilfe zur Selbsthilfe
- Förderung von Kreativität und Selbstbestimmung

Coaching-Mittel

Marktführung ist auch das Coachen seines Marktes, seines Klientels, seiner Kunden, seiner Mitarbeiter.

Führen durch Loslassen

Die hohe Schule des Führens durch Bewusstsein ist das **Führen ohne zu führen, das TAO der Führung.** Führen ohne zu führen

Hier richtet sich das Führen nicht mehr auf die Menschen selbst aus, sondern schafft Räume, in denen die Geführten sich entfalten können, schafft den Kontext, den Nährboden.

Führung ist nicht mehr direkt, sondern **gestaltet die Meta-Ebene, das Klima für Selbstorganisation und Selbstverantwortung.**

Der Führende ist mehr **ein Gärtner**, der die Pflanze in guten Humus eingepflanzt, gewässert hat und nun die Pflanze in Ruhe lässt, damit sie wachsen kann.

Loslassen können ist **der Test und die Ernte** für Führungsstärke. Es setzt bedingungsloses Vertrauen voraus: Vertrauen als Basis des Loslassens

- in die einigende Kraft der Firmenvision
- in die Attraktivität des eigenen Charismas
- in die Selbständigkeit der Mitarbeiter
- in die Treue des Klientels

Doch Loslassen heißt nicht nur, die Geführten in die eigene Führungsfähigkeit frei zu geben, sondern immer auch Vergangenes loszulassen. Sich nicht zu klammern an Zöpfen, Blockaden auflösen.

Denn Führen vollzieht sich immer über **die drei Dimensionen: bewahren, erneuern, loslassen.** Und ohne Loslassen ist kein Erneuern möglich.

Auch den Kunden loslassen können. Er kommt immer als Partner wieder und bringt andere mit.

Das offene Konzept der Lebensschule

Unsere Darstellung über spirituelle Marktführung mag in manchen Phasen etwas abgehoben erscheinen, doch mit dem wachsenden Verständnis für das Konzept der Lebensschule **wächst auch die Einsicht in die Notwendigkeit und Möglichkeit der Marktführung**. Ist der Begriff der Marktführung für Sie immer noch erschreckend oder schon zu einem richtigen Ansporn geworden, in die Tat umgesetzt zu werden?

Das Konzept der Lebensschule von Kurt Tepperwein ist **ein Wachstumskonzept**, das ganz konsequent die wachsende Marktführung ermöglicht. Es verbindet alle die hier vorgestellten Themen zur spirituellen Marktführung zu einem **in sich schlüssigen (wenn auch nicht geschlossenen, sondern offenen) Konzept**. Es ist kein festes Schema (wie zum Beispiel beim Franchising), sondern **ein Konzept, das Raum lässt für den eigenen Weg**. Ja, zu diesem eigenen Weg auffordert!

Ein offenes
Konzept für den
eigenen Weg

➔ Die Lebensschule ist wachstumsfördernd.

1. wachstums-
fördernd

Sie können da anfangen, wo Sie gerade stehen. Sie brauchen keine große Vorbereitung. Sie brauchen nur **den Mut anzufangen**. Es für den Start reicht ein Gesprächskreis von fünf Menschen. **Marktführung lernen Sie, indem Sie diesen Gesprächskreis führen lernen**.

Und jetzt beginnt **das Wunder der Synergie**: Sie wachsen mit Ihrem Gesprächskreis. Ihre Führungskompetenz erweitert sich, Ihr Gesprächskreis wird größer und gewinnt eine größere Attraktivität auch für andere Menschen. Er wird zum **Keim Ihres eigenen Marktes**.

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: **SPIRITING®**

Aber auch die Menschen in Ihrem Gesprächskreis wachsen spirituell mit. Sie sind immer mehr bereit, auch auf Ihre anderen Angebote zuzugreifen, Sie z.B. **in Ihrer Beratungspraxis aufzusuchen oder Seminare zu besuchen**. Durch das Feedback der Mitglieder Ihres Gesprächskreises wissen Sie auch immer mehr, wo der Schuh drückt und können konkreter auf die Wünsche Ihres Klientels eingehen.

➔ **Die Lebensschule ist vertrauensbildend.**

2. vertrauens-
bildend

Mit Ihrem kostenlosen Gesprächskreis haben Sie alle Möglichkeiten, Vertrauen in Ihrem Klientel aufzubauen. Sie dokumentieren ganz offensichtlich, dass es Ihnen vor allen Dingen um eine Leistung für Ihr Klientel geht, dass Sie sogar kostenlos geben.

So können Sie sich ein Image aufbauen, das kein Werbe-prospekt in der Lage wäre, Ihnen zu vermitteln. **Sie werben mit Ihrer Ehrlichkeit, Ihrem Engagement, Ihrem Vorbild, Ihrem Mut, Ihrem Anderssein, Ihrer Einzigartigkeit.**

➔ **Die Lebensschule ist anziehend und attraktiv.**

3. anziehend

Sie brauchen keine teure Werbung. Ihre Leistungen sprechen sich herum. **Und Sie werden immer genau die Menschen anziehen, denen Sie etwas zu sagen haben**. Das ist auch ein Wunder! Und auch das garantiert Ihren Erfolg!

Sobald Sie sich für Ihre Aufgabe öffnen, führt das Gesetz der Resonanz Ihnen **die** Menschen zu, die zu Ihnen gehören. **Wer seinen Weg geht, dem wird Unterstützung zuteil**. Es ist dann eine Frage Ihres Vertrauens und Ihrer Achtsamkeit, dass Sie diese Unterstützung auch wahrnehmen und nutzen können.

Ihr persönlicher Weg und das Konzept der Lebensschule ist ein ganz praktisches Charisma-Training.

Ihr Charisma entfaltet sich in dem Maße, wie Sie dieses Konzept durchführen. Und wer Charisma hat, dem folgen die Menschen ganz selbstverständlich.

→ Die Lebensschule ist aufbauend.

4. aufbauend

Das Konzept der Lebensschule in den acht Bereichen ist **Schritt für Schritt aufbauend**, vom kostenlosen Gesprächskreis bis zum Aufbau einer eigenen Seminarorganisation. Sie können die Module nutzen, die Sie unmittelbar ansprechen. Andere werden für Sie vielleicht eine Herausforderung sein (z.B. ein eigenes Buch zu schreiben). Mit wachsender Führungsfähigkeit werden die Aufgaben wachsen, mit wachsenden Aufgaben auch Ihre Führungsfähigkeit zunehmen.

Wie unsere **Entwicklungsspirale** über diesen Bereichen aber auch andeutet, kann jedes Modul ein Sprungbrett für das nächste sein. Und wenn Sie bereits Seminare geben, kann auch die Qualität Ihrer Gesprächskreise weiter verbessert werden.

→ Die Lebensschule ist führend.

5. führend

Die Lebensschule ist nicht nur eine überzeugende Vision von Kurt Tepperwein, sondern ganz einfach eine Notwendigkeit, um die Krise der heutigen Zeit, die Krise des Erziehungssystems und der Bildung zu überwinden. Wenn wir dabei sind, eine neue Gesellschaft aufzubauen, dann brauchen wir auch eine neue Schule! Selbst Bildungspädagogen¹⁰ **fordern die »Überwindung der Schule« durch die Lebensschule!**

¹⁰ So z.B. Professor Peter Heitkämper in seinem Buch: »Die bio-energetische Schule« in dem Kapitel 3.2.4. »Die Schule durch die Lebensschule überwinden« (S. 123 ff.), Paderborn 1996

3. Vom EGO-Marketing zum spirituellen Marketing: SPIRITING®

Und diese Lebensschule entsteht aus dem Leben für das Leben. Sie ist keine Geburt an pädagogischen Hochschulen, Ihre Träger sind nicht verbeamtete LehrerInnen, sondern **Menschen der Lebenspraxis**. Sie kennen die wirklichen Lebensprobleme und können darauf eine Antwort geben, eine spirituelle.

Die Lebensschule ist eine von immer mehr Menschen getragene Vision, die selbst führende Kraft hat. Die Lebensschule ist ein pädagogischer Trend, ein Rückenwind für jeden, der ihn zu nutzen in der Lage ist.

➔ **Die Lebensschule ist spirituell.**

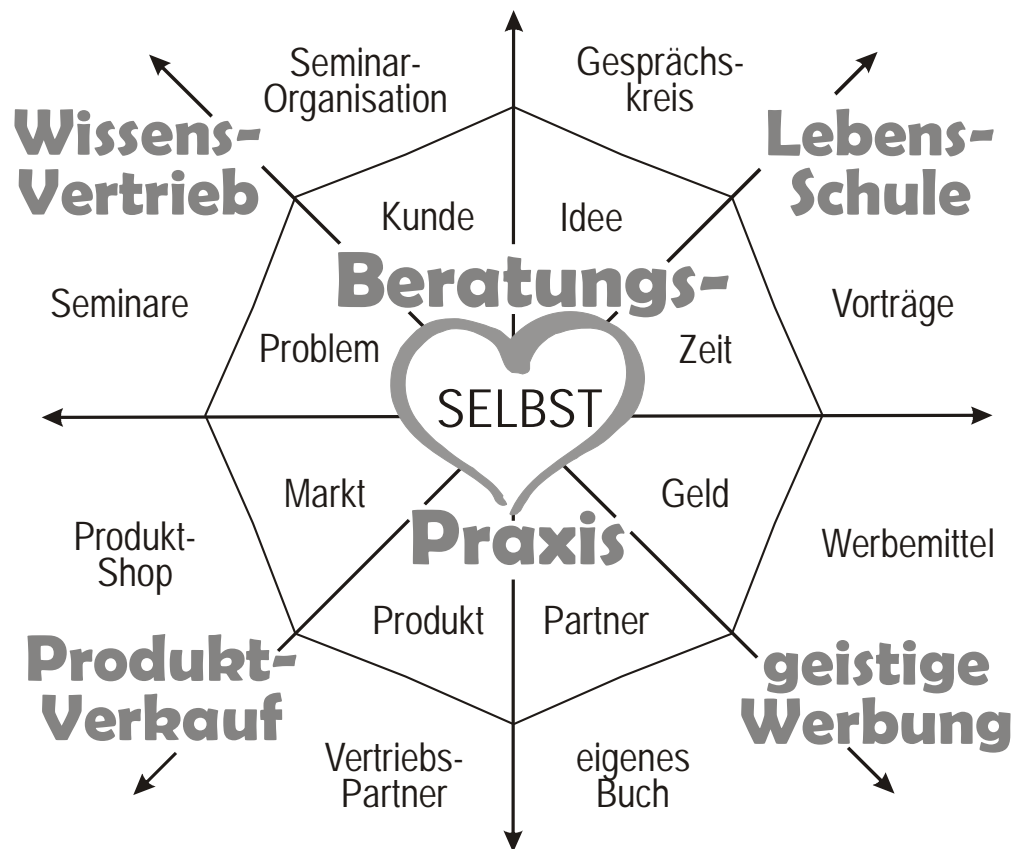
6. spirituell

Das ganze Konzept der Lebensschule lebt von dem Gedanken, **eine Schule für die neue Epoche im Leben und aus dem Leben selbst zu schaffen**. Wenn wir schon nicht für die Schule, sondern das Leben lernen, dann sollte das Leben unser wirklicher Lehrmeister sein und keine pädagogische Institution.

Die Lebensschule ist **praktische Spiritualität: Leben, Lieben, Lernen und Lachen im Licht**.

Das Bild des Ganzen

HerzEnergie aus ganzem Herzen



SPIRITING

Geist vermarkten