

Erfolgs-Wissen

99

**Ideen für mehr
Umsatz & Erfolg**

von

Reiner Kreuzmann

... aus meiner Wissens-Datenbank

Wissen ist der Rohstoff der Zukunft!

*Es ist nicht genug, zu wissen,
man muss es auch anwenden;
es ist nicht genug, zu wollen,
man muss es auch tun!*

(Johann Wolfgang von Goethe, dt. Dichter, 1749-1832)

Was Goethe einst so treffend formulierte,
hat auch heute noch Gültigkeit.
Vielleicht sogar noch um ein Vielfaches mehr.
Denn wir leben in einer Wissensgesellschaft,
in der das Wissen explosionsartig wächst.

Die Grundlage jeden Erfolgs ist eine Idee!
Denn nichts geschieht, ohne dass eine Idee
oder ein Traum vorausgegangen ist.

Um in der heutigen Zeit bestehen zu können,
brauchen wir jedoch neben Ideen und Anregungen
auch den Mut und die Kraft,
diese Ideen in die Tat umzusetzen.

Mit dem Spezial-Report
„99 Ideen für mehr Umsatz und Erfolg“
wünschen wir Ihnen viele Ideen und Anregungen,
sowie ebenso viel Mut, Kraft und Erfolg bei der Umsetzung.

Die Geschäftsführung

Begeisterung

19 Punkte über die Macht der Begeisterung:

1. Begeisterung gibt Glauben und Überzeugung zu erkennen!
2. Begeisterung regt die Menschen zum Handeln an!
3. Begeisterung hilft Ihnen, Ihre Ziele zu erreichen!
4. Begeisterung verwandelt das Negative!
5. Begeisterung macht Sie anziehend!
6. Hören Sie mit Begeisterung zu!
7. Begeisterung nimmt einem Befehl die Härte!
8. Begeisterung ist der Schlüssel, der Ihnen Tür und Tor öffnet!
9. Begeisterung heißt Menschen beeinflussen, ohne zu dominieren!
10. Begeisterung zeigt, dass Sie Farbe bekennen!
11. Begeisterungsfähigkeit ist der Laserstrahl, der positive Argumente zum Leuchten bringt!
12. Durch Begeisterung können Sie die Gedanken und Gefühle anderer in die Richtung lenken, die Ihnen angenehm ist!
13. Begeisterung erweckt Begeisterung und Zuversicht!
14. Begeisterung zieht die Menschen an!
15. Begeisterung lässt keine Langeweile aufkommen!
16. Begeisterung ist ein Mittel, andere soweit zu bringen, dass sie Ihnen helfen wollen!
17. Ein begeisterter Mensch zieht keine Vergleiche!
18. Begeisterung verleiht Ihnen Glanz!
19. Begeisterung ist ein Zeichen, dass Sie kein Schattendasein führen!

Fazit:

**Wer Menschen begeistern kann,
der kann auf Zwang verzichten!**

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Begeisterung

Begeisterung ist die Kraft,
die wir in der Stille aufnehmen können.
Sie trägt uns zum Ziel und bewirkt,
dass wir uns weder an Erfolgen berauschen,
noch an Misserfolgen verzweifeln.
Sie hilft uns weiterzuwachsen, Stufe für Stufe!

Wenn du begeisterungsfähig bist,
dann kannst du alles schaffen!

Begeisterung ist die Hefe,
die deine Hoffnungen himmelwärts treibt.

Begeisterung ist das Leuchten in deinen Augen,
der Schwung deines Schrittes,
der Griff deiner Hand,
die unwiderstehliche Willenskraft
und Energie zur Ausführung deiner Ideen.

Begeisterte Menschen sind Kämpfer!
Sie haben große Seelenkräfte.
Sie besitzen Standfestigkeit.

Begeisterung ist die Grundlage allen Fortschritts!

Mit ihr gelingen unglaubliche Leistungen,
ohne Begeisterung höchstens Ausreden!

*(Leben Sie von nun an noch stärker
nach dem Prinzip der Begeisterung!*

*Denn Begeisterung, das werden Sie sofort erkennen,
wirkt nach innen und nach außen!*

Die Wirkung nach innen ist erstaunlich.

Begeisterung lindert nervöse Spannungen,

*verbessert den Stoffwechsel, regt den Blutkreislauf an,
steigert die endokrine Sekretion,*

*gibt Kraft und Energie, hilft der Verdauung,
schafft Reserven und erweckt Wohlbefinden!)*

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Merke:

**Wer begeistern will,
der muss begeistert sein,
der muss begeistert wirken
und er muss begeistert handeln!**

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Chancen

Kennen Sie die Geschichte von dem Mann,
der mitten im Ozean treibt und kurz vor dem
Ertrinken ist?

Kommt ein Schiff und bietet ihm Hilfe an.

„Nein“, sagt der Mann,
„*ich warte darauf, dass Gott mich rettet!*“

Ein paar Minuten später fliegt ein Hubschrauber
über ihm. Der Pilot ruft ihm zu:

„*Halten Sie sich an dem Seil fest.*“
„Nein“, ruft der Mann zurück,
„*ich warte darauf, dass Gott mich rettet!*“

Kurz darauf taucht ein U-Boot auf,
und die Luke öffnet sich.

„*Schwimmen Sie hierhin,*
dann können wir Sie hereinziehen“,
schreit der Kommandant!
„Nein“, brüllt unser Mann zurück,
„*ich warte darauf, dass Gott mich rettet!*“

Schließlich, als keine Hilfe mehr in Sicht ist,
schaut der Mann zum Himmel und fragt:
„*Lieber Gott, warum rettetest du mich nicht?*“

Und eine Stimme aus den Wolken antwortet:
„*Ich habe dir ein Schiff, einen Hubschrauber*
und ein U-Boot gesandt.
Der Rest, mein Sohn, der Rest lag nur an dir!“

Lieber Leser, ergreifen Sie stets die Chancen,
die sich Ihnen bieten ...!

Fazit:

Jede Krise ist auch eine Chance!

*(Die Chance besteht darin,
die gemachten Fehler zu erkennen
und sie nicht zu wiederholen!)*

(Quelle unbekannt)

Check-Listen

Check-Listen haben sich
seit langer Zeit bestens bewährt!

Das Motto heißt:

„Einmal denken - hundertmal handeln!“

Diese Vorteile bieten Check-Listen:

- 1. Systematisierung von Arbeits-Prozessen.**
- 2. Entlastung des Denkens**
im Streben nach Perfektion.
- 3. Wesentlicher Zeitgewinn**
durch Rationalisierung von Abläufen
oder Verhandlungen.
- 4. Verringerung der Kosten.**
- 5. Vermeidung von Verlusten**
als Folge mangelhafter oder lückenhafter
Arbeitsabläufe.
- 6. Sicherheit beim Erfassen**
aller wichtigen Aspekte oder Aufgaben
im Rahmen einer Aktion oder Tätigkeit.
- 7. Entlastung des Gedächtnisses**
in der Berücksichtigung unzähliger
Einzelheiten in differenzierten
Arbeitsabläufen.
- 8. Kopie = Kontroll-Möglichkeit**
für noch auszuarbeitende Angebote,
Projekte usw. ...
- 9. Zeiteinsparung**
*(z.B. für spätere Rückfragen;
ohne Benützung von Check-Listen
werden Abklärungen leicht vergessen.)*
- 10. Vereinfachung von Folgearbeiten.**
- 11. Gewinn an Effizienz,**
damit auch Gewinn an Selbstvertrauen,
Arbeitsbefriedigung und natürlich auch,
um wettbewerbsfähiger zu werden
bzw. zu sein!
- 12. Check-Listen = Praktische Hilfen**
zur Schulung von Mitarbeitern
und neuen Arbeits-Prozessen.

Disziplin

Es gibt viele Menschen, die gute Arbeit leisten könnten, aber auf ihrem Weg versagen. Sie haben zwar den Entschluss zu einer bestimmten Handlung gefasst, aber eine rein intellektuelle Entscheidung ist Unsinn, sie führt niemals zur Handlung.

Jede willentliche Veränderung ist nur mit Disziplin möglich. Ohne Disziplin fallen Sie immer wieder in alte Gewohnheiten zurück.

Ein Aspekt der Disziplin besteht darin, keine negativen Gefühle auszudrücken und nicht in ihnen zu verharren. Wenn Sie sich in dem Augenblick, da ein negatives Gefühl auftritt, Einhalt gebieten, dann haben Sie Disziplin.

Negative Gefühle machen jedes Handeln unmöglich, weil sie das Ergebnis verderben werden. Ihr Verstand weiß, was er tun will, aber die Gefühle setzen sich zur Wehr. In dem Moment, in dem Sie erkennen, dass negative Gefühle Ihr Handeln boykottieren, beginnt die Anstrengung: Sie können nicht umhin, die Gedanken, Gefühle und Worte unter dem Gesichtspunkt der Handlung zu überprüfen.

Denn was nützt es Ihnen, wenn Sie an eine Tätigkeit mit den Worten herangehen: *„Es macht mir überhaupt keinen Spaß, aber ich weiß, dass ich es erledigen muss, um weiterzukommen.“* Und dann machen Sie sich ohne Power, murrend und lustlos an die Arbeit. Damit ist nichts gewonnen, denn die negativen Gefühle suchen nach immer neuen Auswegen, um auf dem bequemen Weg weitergehen zu können. Solange die negativen Gedanken nicht überwunden sind, kann die Handlung nicht fortgesetzt werden.

Anstrengungen sind unsere Währung, mit der wir den Erfolg bezahlen. Wenn wir etwas erreichen wollen, sind Anstrengungen der Preis. Mit jeder Anstrengung härtet der Mensch sich ab, und mit jedem Schritt erweitert er sein Bewusstsein und seinen Horizont.

Disziplin ist stets der wichtigste Teil des Erfolges.

(Quelle unbekannt)

Was wir von den Tieren lernen können ...

Eines Tages beschlossen die Tiere,
dass sie etwas Bedeutendes tun wollten,
um die Probleme in der neuen Welt zu lösen.

Deshalb organisierten sie eine Schule.
Es gab Unterrichtsfächer wie Laufen,
Bergsteigen, Schwimmen und Fliegen.
Um diese Schule einfacher organisieren
zu können, sollten alle Tiere an allen Fächern teilnehmen.

Die initiative Ente
zeigte im Schwimmunterricht eine außerordentliche
Begabung, ja sie war zu ihrer Freude sogar besser
als der Schwimmlehrer. Sie machte aber nur recht
langsame Fortschritte beim Fliegen und war beim
Lauftraining sehr schlecht. Da sie beim Laufen so schlecht
war, musste sie das Schwimmen aufgeben
und nachmittags länger in der Schule bleiben,
um Wettlaufen zu trainieren.

Dabei wurden ihre Schwimmhäute so stark
beansprucht, dass sie beim Schwimmen nur noch
durchschnittliche Ergebnisse erzielen konnte.
Aber eine durchschnittliche Leistung war durchaus
akzeptabel, und so machte sich niemand
größere Sorgen darüber - außer der Ente.

Der gewissenhafte Hase
war beim Laufen der Beste,
bekam aber ein nervöses Zucken
in seinen Beinmuskeln aufgrund
des vielen Sondertrainings im Schwimmen.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

Das stetige Eichhörnchen

war außerordentlich gut im Klettern,
wurde aber immer mehr entmutigt,
weil sein Lehrer von ihm verlangte,
dass es beim Flugunterricht vom Boden
in die Höhe starten sollte
statt von den Baumwipfeln in die Tiefe.

Von der Überanstrengung bekam es Muskelkater

und erhielt dadurch nur sehr schlechte Noten
beim Klettern und Laufen.

Der dominante Adler

war ein Problemkind und wurde strengstens
dafür bestraft, dass er nicht gehorchte.
Im Kletterunterricht war er immer der erste,
der den Gipfel erreichte, er bestand aber darauf,
auf seine eigene Art und Weise dorthin zu gelangen.

Welche Lehre können Sie aus dieser Fabel ziehen?

Jedes dieser Tiere ist in der Situation

oder Umgebung am effektivsten,
für die es geschaffen wurde, und es ist ineffektiv,
wenn es sich außerhalb dieser Situation
oder Umgebung befindet. So wie die Tiere aus der Fabel
hat auch jeder von uns seine Stärken
und Engpässe (*Begrenzungen, Schwächen*).

Merke:

**Auch wir sind immer dann am effektivsten,
wenn wir uns in einer Situation befinden,
in der wir unsere Stärken einsetzen können.**

*(Befinden wir uns jedoch in einer Situation,
die außerhalb unserer Stärken liegt,
sind wir sehr viel weniger effektiv!)*

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

EKS

Prof. Wolfgang Mewes analysierte ungewöhnliche Karriere- und Unternehmens-Erfolge und schuf aus diesen Erkenntnissen die systematisierte **Engpass-Konzentrierte Strategie (EKS)**.

Außergewöhnliche Erfolge gehen fast immer auf die Konzentration der Kräfte und auf Spezialisierung zurück!
Denn wer auf allen Gebieten gut sein will, kann allenfalls durchschnittlich werden.
Darum lautet das oberste Gebot der „*Engpass-Konzentrierten Strategie*“ (EKS):

Konzentration der Kräfte
auf eine bestimmte Problem-Lösung!

Die EKS-Strategie von Prof. Wolfgang Mewes weist nach: Nur der Spezialist, der seine Stärken voll und ganz einsetzt, kann Spitzenleistungen bieten! Gelingt es, die Strategie auf die Bedürfnisse der Zielgruppe auszurichten, wird ein Prozess in Form einer Erfolgs-Spirale automatisch in Gang gesetzt:

- Größerer Nutzen für die Zielgruppe
- Größere Anziehungs-Kraft
- Größere Nachfrage
- Größere Produktivität
- Höhere Umsätze
- Höhere Gewinne
- Schnelleres Wachstum
- Stärkere Markt-Position

Merke:

Die Strategie heißt Konzentration der Kräfte und Spezialisierung auf das, was Sie am besten können und womit Sie Ihren Kunden den größten Nutzen bieten!
(Die Idee von der starken Konzentration auf den jeweils größten Engpass der Zielgruppe als problemlösende Nutzen-Strategie ist ebenso einleuchtend wie genial!)

(Fortsetzung nächste Seite ...)

Die vier Prinzipien der EKS-Strategie:

- 1. Konzentration statt Verzettlung!**
(Denn wer sich verzettelt, bleibt durchschnittlich!)
- 2. Wirkungsvollster Punkt!**
*(Alle Kräfte da einsetzen,
wo die Wirkung am größten ist!)*
- 3. Minimum-Faktor: Engpass!**
*(Den Punkt herausfinden,
der die größte Wirkung verspricht!)*
- 4. Nutzen-Maximierung!**
*(Mit einem echten Nutzen für andere
sich selber helfen!)*

Die sieben Phasen der EKS-Strategie:

- 1. Ist-Situation und spezielle Stärken!**
*(Voraussetzung für den Erfolg:
Anders sein als andere!)*
- 2. Erfolgversprechendstes Geschäftsfeld!**
*(Ihre größte Stärke ist nichts wert,
wenn niemand bereit ist, dafür zu zahlen!)*
- 3. Erfolgversprechendste Zielgruppe!**
*(Finden Sie heraus, welche Zielgruppe
den dringendsten Bedarf nach Ihrer Leistung hat!)*
- 4. Brennendstes Problem der Zielgruppe!**
*(Denn mit der Lösung des brennendsten Problems
bieten Sie der Zielgruppe den größten Nutzen!)*
- 5. Innovations-Strategie!**
*(Durch permanente Verbesserungen
den Vorsprung halten!)*
- 6. Kooperations-Strategie!**
*(Denn zusammen erreicht man mehr
als im Alleingang!)*
- 7. Konstantes Grundbedürfnis!**
*(Werden Sie dauerhaft bester Problem-Löser
für Ihre Zielgruppe!)*

Merke:

**Erfolg ist einzig und allein
eine Frage der richtigen Strategie!**

(Prof. h.c. Wolfgang Mewes, Mannheim, Begründer der EKS-Strategie, verzeichnet ca. 160.000 Lehrgangs-Teilnehmer und erhielt zahlreiche Auszeichnungen wie zum Beispiel das Bundesverdienstkreuz am Bande und die Verdienstmedaille, geb. 1924)

Das Geheimnis der Erfolgs-Spirale

(... oder: Die Naturgesetze des Erfolges!)

Der Erfolg und die positive Entwicklung eines Menschen benötigen, wie eine Pflanze, bestimmte Erfolgs-Faktoren in bestimmten Mindestmengen.

Fehlt einer dieser notwendigen Erfolgs-Faktoren

oder ist er in einem zu geringen Maße vorhanden, so begrenzt er die positive Entwicklung der restlichen Erfolgs-Faktoren, auch wenn diese in ausreichendem Maße vorhanden sind.

Das Überleben und das Wachstum einer Pflanze

hängen im wesentlichen von vier Faktoren ab:

- Von dem richtigen Licht.
- Von der richtigen Temperatur.
- Von dem richtigen Boden mit den richtigen Nährstoffen.
- Von der richtigen Wassermenge.

Die Entwicklung richtet sich dabei nach dem Faktor oder Nährstoff, der in der geringsten Menge vorhanden ist, dem Minimum-Faktor.

Auf der anderen Seite heißt das:

Wir brauchen nur diesen Faktor oder Nährstoff aufzufüllen, damit sich die Entwicklung der Pflanze automatisch fortsetzt!

Durch die Analyse von mehr als tausend Fällen

hat Prof. Wolfgang Mewes bewiesen:

Wer sich nach den Naturgesetzen des Erfolges richtet, wird zwangsläufig überdurchschnittlich erfolgreicher!

Die Naturgesetze des Erfolges

richten sich nach den gleichen natürlichen

Automatismen wie das Wachstum einer Pflanze.

Das heißt: Damit sich Ihre persönliche Erfolgs-Spirale in Richtung positives Wachstum dreht, benötigen Sie bestimmte, für den erfolgreichen Verkauf erforderliche Fähigkeiten und Kenntnisse in einem bestimmten Mindestmaß.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

**Die folgenden Faktoren beschleunigen
das positive Wachstum Ihrer Erfolgs-Spirale:**

- Sie verfügen über ein marktfähiges Produkt oder eine marktfähige Dienstleistung.
- Sie verfügen über die notwendigen Fachkenntnisse.
- Sie nutzen die schöpferische Kraft Ihres Unterbewusstseins.
- Sie haben ein sinnvolles und realistisches Ziel.
- Sie denken positiv.
- Sie wenden das Gesetz von Ursache und Wirkung an.
- Sie zeigen den Willen zur Spitzenleistung.
- Sie bieten maximalen Kundennutzen.
- Sie haben Selbstvertrauen und sind eine Persönlichkeit.
- Sie planen Ihre Erfolge und managen Ihre Zeit.
- Sie konzentrieren sich auf das Wesentliche.
- Sie setzen die richtige Erfolgs-Strategie ein.
- Sie nutzen und verbessern Ihre rhetorischen Fähigkeiten.
- Sie setzen gezielt Verkaufstechniken ein.

*(Michael Klose, Optima Marketing Klose KG und
Optima Service Unternehmensberatung, Seevetal)*

Spitz statt breit!

Vor allem mittels des Grundsatzes
„*Spitz statt breit*“ bildet Prof. Mewes
seine Methodik einerseits zur Marktlücken-Strategie
und andererseits zum Zielgruppen-Management aus.

EKS

Die Strategie lautet:

Je spitzer sich ein Mensch oder ein Betrieb auf ein eng umrissenes Problem einer eng umrissenen Zielgruppe konzentriert, desto eindeutiger werden die „*Steuerungs-Signale*“, die er in Form von Erfolgs-Erlebnissen (+) und Misserfolgs-Erlebnissen (-) von seiner Zielgruppe empfängt, und desto zielbewusster wird sein Verhalten.

Wer EKS-mäßig denkt,

der muss in vernetzten Faktoren denken,
der muss ganzheitlich analysieren und daraus die beste Problemlösung für seine Zielgruppe schaffen.

Einer der wichtigsten Lehrsätze der EKS-Strategie lautet:

Das Produkt unterliegt einer Lebens-Kurve,
das Bedürfnis nach bestimmten Problem-Lösungen nicht!

Wer seine Kraft auf die Lösung

des „*brennendsten Problems*“ seiner Zielgruppe richtet, der aktiviert den kybernetisch wirkungsvollsten Punkt und setzt einen positiven – sich selbst verstärkenden – Rückkopplungs-Prozess in Gang, bis auf einem hohen Niveau die Stagnation droht.

(Prof. h.c. Wolfgang Mewes, Mannheim, Begründer der EKS-Strategie, verzeichnet ca. 160.000 Lehrgangs-Teilnehmer und erhielt zahlreiche Auszeichnungen wie zum Beispiel das Bundesverdienstkreuz am Bande und die Verdienstmedaille, geb. 1924)

Die Strategie ist wichtig, aber noch wichtiger ist es,

die geistig-seelischen Ebenen in uns zu entdecken.

Eine Raupe kann niemals fliegen lernen.

Erst die Metamorphose macht es ihr möglich.

Wenn wir Zugang zu Geist und Seele haben,

begreifen wir auch die EKS ganz anders

und vor allem setzen wir sie dann automatisch richtig ein.

Die EKS muss nicht verändert werden.

Wir dürfen etwas erkennen – und uns verändern!

(Dr. Kerstin Friedrich, Strategieberaterin und Trainerin in Düren, ehemalige verantwortliche Redakteurin des Newsletter „StrategieBrief“, EKS-Strategie Wolfgang Mewes GmbH Darmstadt)

EKS

EKS ersetzt die Gewinn-Maximierung durch absolute Nutzen-Orientierung!

Prof. Mewes' Feststellung war, dass die Wirtschafts-Wissenschaften fast ausschließlich die Geld-Theorien betonen, die dahinter stehenden Spannungs-Verhältnisse jedoch vernachlässigen!

Das Geheimnis der Spezialisierung:

Es geht nicht um die technische, sondern um die soziale Spezialisierung auf eine Zielgruppe und deren Grundbedürfnisse!
(Prof. Wolfgang Mewes' Grund-Annahme vom Geheimnis der Spezialisierung geht zurück auf den englischen National-Ökonomen Adam Smith, der bereits vor über 200 Jahren nachwies, dass durch Arbeitsteilung die Leistung um das 245fache gesteigert werden konnte!)

Gemäß der Marktlücken-Strategie erfolgt

eine Differenzierung gegenüber der Konkurrenz. Richtig angewandt, packt die EKS jeweils das wichtigste Problem „*am Kragen*“!
(Ihre Position als Problemlöser wird stärker, wenn Ihr Kunde ein Problem hat und Sie die entsprechende Lösung in Form eines Produkt-Nutzens bieten können.)

Da ihre Systematik alle Maßnahmen

darauf richtet, die entscheidenden Kräfte zur Lösung zu bewegen, kann sie stets sichtbare Wirkung erreichen. Konsequenter verfolgt - und darauf kommt es an -, schafft die EKS durchaus den zur Absicherung einer Spezialisierung erforderlichen festen Boden!

Deshalb nochmals der so wichtige Lehrsatz:

Das Produkt unterliegt einer Lebenskurve, das Bedürfnis nach bestimmten Problem-Lösungen nicht!

(Dr. Kerstin Friedrich, Strategieberaterin und Trainerin in Dünsen, ehemalige verantwortliche Redakteurin des Newsletter „StrategieBrief“, EKS-Strategie Wolfgang Mewes GmbH Darmstadt)

Was unterscheidet EKS von anderen Methoden?

Konventionelle Erfolgs-Methoden

- Schwächen analysieren und beseitigen
- Möglichst überall perfekt sein
- Mehr Erfolg über mehr Einsatz und mehr Anstrengungen
- Mehr Qualifikationen
- Anderen Konkurrenz machen
- Erfolgreiche Wettbewerber imitieren
- Preis- und Verdrängungs-Wettbewerb
- Eigene Probleme analysieren und beseitigen
- Wettbewerb
- Probleme isoliert voneinander lösen
- Lineares Denken
- Einer unter vielen
- Eigenen Gewinn oder eigenes Einkommen maximieren
- Kapital-Vermehrung
- Materielles Denken:
Im Vordergrund steht das Bestreben, Geld und materielle Werte anzuhäufen
- Traditionelle Kunden-Orientierung: Jedem Kunden hinterherlaufen, es allen recht machen
- Entscheidungs-Grundlage sind theoretische Modelle und Prognosen
- Sich selbst Ziele setzen und diese durch konsequente Arbeit, Zeitplantechnik und Selbstmotivation erreichen

EKS-Strategie

- Stärken und Wettbewerbs-Vorteile analysieren und ausbauen, Schwächen (*erst mal*) vernachlässigen
- Auf einem kleinen Teilgebiet perfekt werden und Schwachstellen durch Kooperation abdecken
- Intelligenterer Einsatz der Kräfte, mit weniger Einsatz mehr erreichen
- Gezieltere Qualifikationen
- Anders werden als andere
- Einzigartig und unverwechselbar werden
- Lücken und Markt-Chancen suchen sowie Spitzen-Leistungen entwickeln
- Die Probleme anderer analysieren und als Umsatz-Chance begreifen
- Klügere Zusammenarbeit (*Kooperation*)
- Ganzheitlicher Ansatz
- Vernetztes, ganzheitliches Denken
- Der „*Erste im Dorf*“ sein
- Den größtmöglichen Nutzen für andere entwickeln und erst dann an das eigene Einkommen denken
- Vermehrung von Anziehungskraft
- Immaterielles Denken:
Im Vordergrund stehen Lern-Gewinne, Entwicklung von Know-how und Ideen. Der Gewinn kommt dann von allein
- EKS-Kunden-Orientierung:
Nur für eine genau definierte Zielgruppe Problem-Lösungen entwickeln
- Entscheidungs-Grundlage sind praktische Ergebnisse (*Feedback der Zielgruppe*)
- Sich zum Ziel setzen, andere zu fördern. Motivation durch Erfolgs-Erlebnisse

(Dr. Kerstin Friedrich, Strategieberaterin und Trainerin in Dünsen, ehemalige verantwortliche Redakteurin des Newsletter „StrategieBrief“, EKS-Strategie Wolfgang Mewes GmbH Darmstadt)

EKS

Fazit:

Der energo-kybernetische Ansatz der EKS-Lehre beschreibt einen Erfolgs-Automatismus, der selbst im kleinsten Rahmen bei scheinbar aussichtslosen Situationen garantierte Erfolge zeigt!

Dabei ist die Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb der Kern seiner Lehre!

Die Einstellung der Fähigkeiten auf Segmente, die möglichst von keinen Mitbewerbern besetzt sind, ist sein Ideal. Damit liegt der Strategie-Forscher mit seiner EKS durchaus im Trend unserer Zeit.

Schon der allererste Schritt,

so bescheiden er auch sein mag, verschafft neue Perspektiven und initiiert eine unwiderstehliche Sog-Wirkung!

Einem gelösten Problem folgen automatisch weitere zu lösende Probleme, von denen wiederum nur eines vorrangig gelöst werden muss.

(Das ist der Kern der EKS-Erfolgs-Lehre!)

Auch hier schlägt das Pareto-Prinzip wieder zu!

Der frühere Aufsichtsrat-Vorsitzende der

EKS-Anwender-Vereinigung gab Mitte der achtziger Jahre einmal seine Kenntnisse der Dinge preis.

Wirklichen Durchbruch hatten danach allerdings nur 10 bis 20% der Teilnehmer!

Sinngemäß äußerte er:

Für die sowieso Erfolgreichen

ist die EKS ein Beschleuniger!

Die anderen haben es auch mit EKS schwer!

*(Nach intensiver Beobachtung der „EKS-Szene“
gibt es aus heutiger Sicht keinen Anlass,
die zehn Jahre alte Betrachtung in Frage zu stellen.)*

(Dr. Kerstin Friedrich, Strategieberaterin und Trainerin in Düren, ehemalige verantwortliche Redakteurin des Newsletter „StrategieBrief“, EKS-Strategie Wolfgang Mewes GmbH Darmstadt)

Entscheidungen

Entscheidungen sind der Ursprung

sowohl von Problemen als auch von unsäglichen Freuden und Chancen. Sie stellen eine Kraft dar, die zündend wirkt und einen Prozess in Gang setzt, der das Unsichtbare sichtbar macht.

Echte Entscheidungen sind stets ein Katalysator, um unsere Träume zu verwirklichen.

(Anthony Robbins, amerikanischer Management-, Motivations- und Persönlichkeits-Trainer sowie Autor zahlreicher Bücher, die in Millionen-Auflage erschienen sind, geb. 1961)

Man kann nicht beides haben,
den Wurm und den Fisch!

Bei jeder Entscheidung stehen wir vor dem

Dilemma, dass Entscheidungen immer zukunfts-bezogen sind und somit stets ungewisse Faktoren einwirken.

Viele Entscheidungen gehen über unseren

logischen Denkraum hinaus,
weil es kein eindeutiges „*richtig*“ oder „*falsch*“ gibt.
Was nicht mit logischem Denken zu lösen ist,
kann nur nach Gefühl

- nach bestem Wissen und Gewissen - gelöst werden!

(Quelle unbekannt)

Ein erfolgreicher Amerikaner antwortete einmal

auf die Frage, wie er zu seinem großen Vermögen gekommen sei, mit:

„*Good decisions*“.

Auf die Frage, wie er zu seinen guten Entscheidungen gekommen sei, mit:

„*Experience*“.

Die dritte Frage, wie er denn seine Erfahrungen gesammelt habe, beantwortete er lakonisch mit:

„*Bad decisions*“.

(Quelle unbekannt)

Merke:

Chancen nutzen = Mut zur Entscheidung!

*(Die Tragik sind nicht die Fehl-Entscheidungen,
sondern oft die fehlenden Entscheidungen!)*

Erfolg

Erfolg ist immer das, was erfolgt,
wenn ein Mensch sich selbst folgt!
*(Das bedeutet nichts anderes, als dass ein Mensch,
der seine Anlagen, Begabungen und Talente
richtig nutzt, automatisch erfolgreich wird!)*

Erfolg ist die Summe aller Maßnahmen,
die zu einem gedeihlichen Leben führen,
die das Selbstwertgefühl heben
und in einem die Überzeugung verstärken,
bedeutend zu sein und gebraucht zu werden.

Ein starker Wille, eine gute Analyse
seiner Ist-Situation und seiner Lebensziele,
eine gute Wie-Planung
(Wer macht was wann, wie, warum, mit wem?),
Fleiß und eine gute Kommunikation
sowie eine durchdachte Nutzen-Strategie
sind Voraussetzung für ein erfülltes
und erfolgreiches Leben.

Setzen Sie sich Ziele!
Machen Sie sich klar, was Sie wirklich wollen!
Behalten Sie in jeder Situation
eine klare Vorstellung von Ihren Zielen!
*(Erfolgreich bleiben heißt, sich immer wieder neue,
höhere Ziele zu setzen und damit die Lebens-Qualität
Stück für Stück zu verbessern!)*

Entwickeln Sie eine Strategie!
Voraussetzung sind ein Wie-Plan,
Controlling und Geduld. Bleiben Sie flexibel!
Ändern Sie Ihre Strategie oder Ihre Taktik so lange,
bis Sie bekommen, was Sie wollen.

Merke:
**Wenn Sie immer das tun, was Sie schon immer
getan haben, werden Sie immer das bekommen,
was Sie schon immer bekommen haben.**
**Wenn das, was Sie tun, nicht wirkt,
dann tun Sie es anders, bis sie Erfolg haben!**

*(Josef Schmidt, Bayreuth, Begründer des Schmidt-Colleg
und Autor zahlreicher Fachbücher, Lehrvideos und Fachartikel)*

Erfolg

Wie definieren Sie Erfolg?

(Wer nicht weiß, wie er für sich Erfolg definiert, gleicht einem Rennfahrer, der nur im zweiten Gang und dann auch noch die falsche Strecke fährt!)

(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)

Man kann für den Erfolg beten und warten,
bis er sich einstellt.
Da niemand weiß, ob Gott ihn erhört,
ist es ratsamer, für den Erfolg zielstrebig zu arbeiten.

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Ein kreativer „Macher“ kopiert niemals den Stil
eines erfolgreichen Konkurrenten.
Er entwickelt seinen Stil,
der exakt seinem Wesen entspricht!

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Auf dem Weg zum Erfolg ist es weniger wichtig,
wen man kennt, als was andere über einen wissen
und denken. Und wie dieses Wissen verbreitet wird.
Denn eines steht fest: Wenn das „Image“ wackelt
und Glaubwürdigkeit in Frage gestellt wird,
dann ist der Erfolgsweg dahin ...!

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Eine brillante neue Idee ist weder der einzige Weg
noch der bestmögliche Weg zum Erfolg.
Denn eine Idee in die Tat umzusetzen ist weit
schwieriger, als sie als erster gehabt zu haben.
*(Brauchbare Ideen entwickelt man rechts-hirnig!
Links-hirniges Denken führt zum linearen Denken!)*

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Erfolgreiche Menschen haben sich stets,
bewusst oder unbewusst, an zwei Spielregeln gehalten:
Sie haben nur getan, was ihnen Spaß gemacht hat,
und was sie taten, das haben sie richtig gemacht!
„Geben Sie den ganzen Menschen!“

(Norman Vincent Peale, amerikanischer Pfarrer und Autor diverser Bestseller, u.a. „Die Kraft positiven Denkens“, 1898-1993)

Erfolg

10 Voraussetzungen für Erfolg:

1. Sich aus der Masse abheben!
2. Nutzen bieten, Nutzen bieten, Nutzen bieten!
3. Zuverlässigkeit!
4. Optimismus - Zuversicht!
5. Ziel-Klarheit!
6. Selbsterkenntnis!
7. Menschlichkeit!
8. Dankbarkeit!
9. Selbstsicherheit!
10. Ausdauer!

Zu den grundlegenden Voraussetzungen

jeden Erfolgs gehören Leistungsstreben, Aufgaben-Orientierung, aufgrund seines Könnens geachtet zu werden, die Freude am Wettbewerb und die Fähigkeit, Risiken einzugehen.

(Fazit: Erfolg ist also nichts anderes als die Realisierung selbstgesteckter Ziele!)

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Für Erfolg gibt es kein Patent-Rezept,
aber viele, viele strenge Regeln! (= Naturgesetze!)
Anhören und zusehen allein genügt nicht!

Ein Erfolgs-Geheimnis ist:

Lernen, trainieren, lernen, trainieren, lernen ...

(Quelle unbekannt)

Für mich ist Erfolg das beständige Streben danach,
„mehr“ zu werden. Erfolg zu haben heißt,
emotional, sozial, geistig, physiologisch,
intellektuell und finanziell zu wachsen,
während man andere positiv beeinflusst.

(Anthony Robbins, amerikanischer Management-, Motivations- und Persönlichkeits-Trainer sowie Autor zahlreicher Bücher, die in Millionen-Auflage erschienen sind, geb. 1961)

Merke:

Die Definition von Erfolg

muss jeder für sich selbst finden!

**Das Resultat sind mehr Lebens-Qualität
und Lebens-Sinn!**

Erfolg

Erfolgreich sein heißt: Probleme zu lösen!

(Probleme sind Chancen!

*Und je mehr Chancen ein Mensch nutzt,
um so besser lernt er, Probleme zu lösen.*

*Und je besser ein Mensch gelernt hat,
Probleme zu lösen, um so mehr Anerkennung
erhält er!)*

Je erfolgreicher du werden willst,

um so mehr Misserfolge musst du verkraften können!

*(Entscheidend ist dabei,
wie du die Misserfolge interpretierst:
ob du sie als Niederlage,
als Lernschritte oder als statistische
Gegebenheiten empfindest!)*

Ein Erfolg, von dem ich nicht weiß,

warum es ein Erfolg ist, ist ein Zufall!

Denn ich kann ihn nicht wiederholen!

*(Das allein ist schon bedauerlich genug,
aber für die Motivation ist das Nichterkennen
der Erfolgs-Ursachen geradezu tödlich.*

Warum?

*Weil nur bewusst erlebte Erfolge,
deren Ursachen ich kenne
und die ich deshalb bewusst wiederholen kann,
auch das Selbstvertrauen
und die Motivation stärken!)*

Ein Misserfolg, von dem ich nicht weiß,

warum es ein Misserfolg ist,

ist ein mehrfacher Misserfolg,

denn er kann sich jederzeit wiederholen!

*(Mit jedem unnötigen und überflüssigen
Misserfolg verschwindet ein Stück Motivation.
Und damit auch ein Teil des Selbstvertrauens!)*

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Erfolg

Viele Menschen haben ein negatives Verhältnis
zu dem Wort „*Erfolg*“.

Für sie ist Erfolg gleichbedeutend
mit Geldmacherei und Herzinfarkt usw. ...
Aber auch ein Kind gut zu erziehen ist Erfolg!
Ein Instrument spielen zu lernen ist Erfolg!
Eine Fastenkur durchzustehen ist Erfolg!
(*usw., usw. ...*)

Erfolg ist nichts anderes

als eine Folge von Lebens-Grundsätzen,
Ziel-Formulierung und deren Umsetzung.
Erfolg ist eine Folge von Denken und Tun.
Wenn Sie der Meinung sind,
hier auf Erden im Paradies leben zu wollen,
verfallen Sie einer großen Illusion.

Erfolge sind gelöste Probleme!

Unser Schicksal als Menschen ist es,
Probleme zu lösen!
Und jedes gelöste Problem stellt einen Erfolg dar!

Jedes!

Und deswegen war es mir so wichtig,
dass Sie die E-Worte wie „*Erfolg*“
so aufmerksam durchgehen.
Tun Sie es bitte gerne noch einmal.

Jetzt!

Und wieder Fragen an Sie persönlich:

Sind Sie ein Mensch, der Probleme macht,
oder einer, der Probleme löst?

Zu welcher Kategorie wollen Sie künftig gehören?

Auf welchem Gebiet wollen Sie erfolgreich sein?
Auf welchem Gebiet wollen Sie Probleme lösen
oder haben Sie bereits erfolgreich Probleme gelöst?

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Erfolg

Erfolg ist das Gegenteil von Eigennutz.

Wer im Leben immer nur an seinen eigenen Vorteil denkt, kann depressiv werden.

Solch ein Mensch verliert seinen Wert.

Wir aber wissen, dass der Mensch das Wesen ist, das seinen Wert selbst bestimmt.

Der Mensch erhält den Wert

- seinen Wert - durch den Nutzen, den er stiftet.

Darum ist unser Erfolgs-System überhaupt nichts für negative Egoisten.

Wer dem Erfolg auf den Grund geht,

der findet stets Menschen,

die beharrlich an ihren Zielen arbeiten!

Die positive Persönlichkeit ist stets bestrebt,

anderen Vorteile zu bringen und in größeren Dimensionen zu denken.

Vielleicht denken Sie für einen Augenblick einmal an Yin und Yang.

Wer sät, darf auch ernten!

Wer gibt, darf auch nehmen!

Sie spüren das Gesetz der ausgleichenden Gerechtigkeit.

Wenn Sie persönlich viel,

vielleicht sogar das Beste geben,

dürfen Sie auch nehmen, ohne sich um den Neid anderer zu kümmern oder zu sorgen.

(Denn Neid ist immer der Ausdruck eines Minderwertigkeits-Komplexes!)

Ich verstehe daher viele Menschen

überhaupt nicht, die alles,

was sie bekommen können, nehmen,

ohne je daran zu denken,

auch von sich aus etwas zu geben.

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Erfolg

Alles, was lebt, braucht Erfolg.

Jeder Halm, jede Knospe, jeder Baum, jedes Tier, jeder Mensch, ob jung oder alt, braucht Erfolg. Erfolg ist Leben; denn leben heißt wachsen. Alles, was lebt, entwickelt sich unaufhaltsam fort und weiter - in eine ungesteuerte oder in eine gesteuerte Richtung.

Wichtig ist die Tatsache,

dass alles unaufhaltsam wächst. Deshalb geht es also nicht um den einmaligen Erfolg, sondern um einen lebenslänglichen Wachstums-Prozess.

Lebenslänglich harmonisch wachsen

und erfolgreich sein kann aber nur der, dessen Erfolg aus dem Inneren erwächst. Andauernder Erfolg ist darum eine Frage unseres Denkens, unserer Weltanschauung und unserer ganzen Persönlichkeit.

Wer nicht an den Sinn seines Lebens glaubt,

für den muss der Glaube an das Gute suspekt sein. Wer nicht an eine positive Weiter- und Höherentwicklung glaubt, ist auf Dauer nicht positiv motiviert. Darum ist die Frage nach unserer Weltanschauung im Grunde die Kernfrage.

Freunde:

Vergessen Sie auf dem Weg des Erfolges niemals Ihre Freunde! Denn ein erfolgreicher Mensch braucht ein erfolgreiches Umfeld, erfolgreiche Freunde und einen positiven Partner.

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Der Erfolg, den Sie im Leben haben,

hängt sage und schreibe zu 85% davon ab, wie Sie mit Ihren Mitmenschen zurechtkommen. Es gibt nichts im Leben, was sich stärker auf Ihren Erfolg und Ihr Glück auswirkt, als die Art und Weise, wie Sie Ihre Mitmenschen behandeln und wie diese darauf reagieren!

(Brian Tracy, bekannter amerik. Erfolgs- und Motivations-Trainer und Bestseller-Autor, Präsident des „Brian Tracy International“-Netzwerks mit 350 Beratern und Trainern, geb. 1944)

Erfolg

**Wohin deine Aufmerksamkeit fließt,
dorthin fließt deine Lebens-Energie!**

Der Erfolg lacht dem Erfolgs-Bewussten,
dem, der positiv denkt und handelt,
dem, der sich und andere begeistern kann,
der lachen kann und Freude am Leben
und an seiner Arbeit entwickelt.
Sie haben es in der Hand,
Ihre Chancen zu nutzen.
Denn: Erfolg ist immer freiwillig!

Wer den Weg der Besten gehen will,
darf sich nicht damit begnügen,
es heute nur so gut zu machen wie gestern.
Es ist eine ständige Herausforderung,
sich selbst in Frage zu stellen,
neugierig zu sein und lernen zu wollen.

Erfolg hat, wer ihm entgegengeht,
statt ihm nachzulaufen.
Erfolg ist auch, über sich selbst hinauszuwachsen
und anderen zu helfen, erfolgreich zu sein.
Nicht nur besser wissen, sondern besser machen!
Nichts ist für uns Menschen erfolgreicher als der Erfolg.
Erfolg haben heißt - Chancen nutzen,
alle ungenutzten Fähigkeiten aktivieren
und wertvolle Leistungsreserven in sich mobilisieren.

*(Michael Klose, Optima Marketing Klose KG
und Optima Service Unternehmensberatung, Seevetal)*

Sie ernten nur dann den größten Erfolg,
wenn Ihre Anlagen, Neigungen und Fähigkeiten
(*und Abneigungen*) mit den Schlüssel-Qualifikationen
Ihrer beruflichen Tätigkeit übereinstimmen.

*(Josef Schmidt, Bayreuth, Begründer des Schmidt-Colleg
und Autor zahlreicher Fachbücher, Lehrvideos und Fachartikel)*

Merke:
**Erfolg hat langfristig nur,
wer fähig ist zu lernen!**

Erfolg

Erfolg, das hat Prof. Wolfgang Mewes,
Begründer der EKS-Strategie, herausgefunden,
ist weder „*Glück*“ noch „*Zufall*“,
sondern ist eine Verursachung
durch Konzentration der Energie
auf die „*richtigen Ziele*“!

Die Analyse der bekannten Erfolgs-Lehren zeigt,
dass Erfolg nicht zufällig eintritt,
sondern in der Regel systematisch und/oder intuitiv
bewirkt worden ist und werden kann:
Erfolg ist, was - zielgerichtet - erfolgt ist!
Erfolg hat, wer Nutzen bietet!
Erfolg kann bewusst verursacht werden!
Erfolg ist lehr- und lernbar!

Es gibt offensichtlich Natur-Talente unter den
Erfolg-„*Reichen*“, und dennoch gilt auch hier das
grundlegende Gesetz von Ursache und Wirkung:
Jeder Misserfolg und jeder Erfolg sind verursacht,
auch wenn wir uns dessen oft nicht bewusst sind.

Diese ebenso einleuchtende wie einfache
Erkenntnis im Rahmen einer Methoden-Lehre
des Erfolgs für möglichst viele Menschen,
vor allem junge, durchschaubare bewusst und anwendbar
zu machen ist eine wesentliche Aufgabe einer humanen
Gesellschaft und ihres Bildungs-Systems, zugleich auch
eine der schönsten und wertvollsten Aufgaben überhaupt.
Ebenso essentiell wie existentiell ist die Einführung eines
grundlegenden Pflichtfaches „*Lernen lernen / Know-how
des Lernens*“.

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer, Inhaber der Trainings-
und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“, Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

Merke:

**Es genügt nicht, zum Fluss zu kommen,
mit dem Wunsch, Fische zu fangen.
du musst auch das Netz mitbringen.**

(Aus China)

Erfolg

Was haben erfolgreiche Menschen anderen Menschen voraus?

Sie haben klare Ziele vor Augen!

*(Denn wer seinen Weg kennt,
der braucht sich nicht an jeder Kreuzung
neu zu entscheiden!)*

Erfolg ist das Erreichen selbst gesteckter Ziele.

Nicht der äußere Erfolg ist wichtig,
sondern die innere Zufriedenheit,
auf dem richtigen Weg zu sein.

(Eckhard Seidel, Geschäftsführer des Helfrecht-Studienzentrums in Bad Alexandersbad)

Erfolgreiche Menschen nutzen konsequent

das Pareto-Prinzip. Denn 20% dessen,
was wir tun, bewirkt 80% unserer Ergebnisse!

*(Um diese Ergebnisse zu erreichen,
bedarf es stets einer guten Vorbereitung!
Deshalb heißt die Regel:
90% des Erfolges ist eine gute Vorbereitung!)*

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer, Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“, Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

Erfolgreich sein heißt auch:

Glauben Sie an sich!

*(Denn nichts motiviert mehr als bewusst
wahrgenommener Erfolg!)*

Nicht nur ehemalige Erfolge geben Kraft,
sondern auch die Aussicht auf künftige Erfolge motiviert!

Die vorherrschende Meinung,

dass Erfolg die Menschen eitel,

egoistisch und überheblich macht, ist falsch!

Im Gegenteil, in den meisten Fällen macht er sie
bescheiden, tolerant und freundlich.

Misserfolg macht die Menschen verbittert
und grausam.

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Fehler

Fehlermachen gehört zum Menschsein!

Denn nur auf diese Weise
erkennt man seine Grenzen.
Man berücksichtige allerdings
den wichtigen Nachsatz,
der zu dieser Weisheit gehört:

***Denselben Fehler zweimal zu machen
ist unverzeihlich!***

Fehler sind menschlich
und werden bei allem Tun als selbstverständlich
zu akzeptierendes Übel einkalkuliert.
Eine Fehler-Quote von wenigen Prozent
ist bereits Anlass zur Zufriedenheit.
Das Schmidt College in Bayreuth allerdings hat
eindrucksvoll zusammengestellt, was passieren kann,
wenn nur 99,9% Fehlerfreiheit geleistet werden:

- **Jeden Monat für knapp eine Stunde verschmutztes Wasser!**
- **1.600 Post-Sendungen, die pro Tag in Deutschland verloren gehen!**
- **2 unsichere Landungen am Frankfurter Flughafen pro Tag!**
- **20 verdorbene Essen pro Monat in einer mittleren Kantine!**
- **5 Verkehrs-Ampeln in Stuttgart schalten täglich in beiden Richtungen gleichzeitig Grün!**
- **22.000 Schecks pro Stunde werden weltweit vom falschen Bankkonto abgebucht!**

Fazit:

**Vielleicht sollte man sich doch nur mit
100%iger Fehler-Freiheit zufriedengeben!**

*(Josef Schmidt, Bayreuth, Begründer des Schmidt-Colleg
und Autor zahlreicher Fachbücher, Lehrvideos und Fachartikel)*

Fehler

SNAFU: Ohne Fehler kein Erfolg!

SNAFU ist das Kürzel für „*Situation Normal, All Fouled up*“, was so viel bedeutet wie „*Situation normal, alles im A...*“ oder schlicht „*Schlamassel*“.

Der rasche Wandel, dem Unternehmen heute unterliegen, macht SNAFU zu einem Dauerzustand, auf den man sich einfach einstellen muss.

Am Beispiel von Programm-Codes

lässt sich das gut erläutern:

Software ohne Fehler ist einfach nicht möglich, solange sie von Menschen geschrieben wird.

Ein Unternehmen muss akzeptieren, dass seine Mitarbeiter nicht perfekt sind, und deshalb ein normales Maß an Fehlern hinnehmen.

Aber: Nicht alle Fehler sind gleich!

Erlaubt sind Fehler, die schnell gemacht und ebenso schnell behoben werden.

Dazu muss aber ein Unternehmens-Klima herrschen, bei dem man sich zu solchen Fehlern bekennen kann.

Eine sinnvolle Strategie ist es, sich schon vorher über mögliche Fehler-Quellen und Risiken klar zuwerden – und Lösungen bzw. Alternativen zu entwickeln.

„*Kein Manager sollte einen Status-Bericht ohne eine Liste der wichtigsten bekannten Risiken akzeptieren.*“

Wer keine Fehler macht, der ist nicht etwa

besonders gut. Null Fehler heißt nur, dass jemand nicht bis an die Grenzen des Möglichen gegangen ist.

Microsoft erwartet deshalb Fehler, und es kommt sogar vor, dass Mitarbeiter für Fehler befördert werden – allerdings nicht für solche aus Dummheit.

Diese Fehler-Akzeptanz führt dazu, dass Mitarbeiter keine Zeit mit Ausreden oder Spuren-Tilgung vergeuden.

Fehler sind Lern-Möglichkeiten.

Deshalb werden bei Microsoft sogenannte

„*Post mortem*“-Besprechungen abgehalten,

wenn ein Projekt beendet ist. Dabei wird keine Schuld-Zuweisung betrieben, sondern es werden Verbesserungs-Möglichkeiten für das nächste Projekt besprochen.

(David Thielen, ehemaliger Senior Software Developer bei Microsoft, aus seinem Buch: „Die Microsoft-Fibel“)

Führung

Führung heißt:

- Gestaltung statt Anordnung
- Kooperation statt Gegenmacht
- Beteiligung statt Ausführung

Die Überlebens-, Anpassungs- und

Wandlungsfähigkeit der Unternehmen

hängt maßgeblich davon ab, inwieweit es im Rahmen eines evolutionären Prozesses gelingt, die „*Ressource Mensch*“ als wohl wichtigstes Erfolgs-Potenzial zum Zuge kommen zu lassen und zu fördern sowie die Mitarbeiter für eine Strategie der Modernisierung zu gewinnen.

Führung als Dienstleistung:

Der Chef coacht seine Mitarbeiter, bespricht und vereinbart mit ihnen Ziele, moderiert die Teamsitzungen.

Netzwerkähnlich organisierte Unternehmen

erfordern entscheidungs- und risikofreudige Mitarbeiter. Gefragt sind lernende Organisations-Strukturen, deren teamorientierte Umgebung die Mitarbeiter inspiriert und deren Kreativitäts-Potenzial mobilisiert.

Merke:

**Das Führen durch Ziele und Visionen
muss der zentrale Punkt**

jeder unternehmerischen Tätigkeit sein!

*(Wenn es gelingt, die Mitarbeiter für die Ziele
des Unternehmens zu begeistern,
dann kommt ein Zug ins Rollen,
der nicht mehr zu bremsen ist!)*

(Hilmar Wollner, Prokurist des Josef Schmidt Colleg
sowie Autor zahlreicher Bücher und Fach-Artikel, Bayreuth)

**Niemand kann andere Menschen gut führen,
wenn er sich nicht ehrlich
an deren Erfolgen zu freuen vermag.**

(Thomas Mann, deutscher Schriftsteller, 1875-1955)

Führung

Die erfolgreichen Führungs-Maximen sind:

- Lernkultur
- Einsatz moderner Psychologie
- Förderung von Kreativität und Innovations-Denken
- Vorgesetzte als Partner
- Visionen und Langzeit-Ziele
- Vertrauen
- integrative Kooperation
(= ergänzendes Aufeinanderzugehen)

Es geht darum, Menschen zu führen,
Ziele zu erreichen, ohne Menschen dabei
zu verletzen. Führen ist nichts für Stümper!
Führen braucht Meisterschaft!

*(Deshalb ist es unerlässlich, mit den Mitarbeitern Ziele
zu erarbeiten und ihnen ein Begleiter
auf dem Weg zu diesen Zielen zu sein!)*

(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen,
aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf – Handel im Wandel“)

Die Einbeziehung der Mitarbeiter

durch die Schaffung eines Umfelds,
das Kreativität weckt, erhält und fördert,
ist einer der Schlüssel zum Erfolg.

(Zum Wohle aller!)

Unternehmen zu Beginn des nächsten

Jahrtausends werden nur dann erfolgreich sein,
wenn sie gelernt haben, mit Kreativität umzugehen,
in schnelllebiger Zeit zu führen und zu organisieren.

Dr. Karl Zimmerer, renommierter Unternehmer

und Gründer der Interfinanz in Düsseldorf,
sagte in einem seiner Jahresberichte:

*„Die Probleme bei Sanierungs-Projekten
haben sich gegenüber dem Vorjahr nicht geändert!
Fast immer steht an erster Stelle der Gründe,
die für Schwierigkeiten ausschlaggebend sind,
die Führungs-Schwäche!“*

(Carl Zimmerer, Unternehmens-Berater und geschäftsführender Gesellschafter
von Interfinanz, Düsseldorf)

Führung

Die Frage scheint im Unternehmen nicht zu sein:

- „Wie motiviere ich jemanden?“

Sondern:

- *Wie verhindere ich seine Demotivation?*
- *Wie verhindere ich es, dass sein Streben an einem Hindernis scheitert?*
- *Wie mache ich seine Erfolge möglich?*
- *Wie gehe ich am besten mit seinen Gefühlen um?*

Nur die Selbstmotivation des einzelnen ist dauerhaft, und nur die ist durch eine angemessene Führung anzustreben.

Was bedeutet das für das Management?

Erstens:

Ziele zeigen, deutlich machen, ins Blickfeld rücken, Aufmerksamkeit für Ziele schaffen, Visionen entwickeln!

Zweitens:

*Hindernisse beseitigen!
Erfolge möglich machen!
Menschen erfolgreich machen!
Unsinnige Störquellen abstellen!
Überflüssige bürokratische Hürden wegräumen!*

Drittens:

*Wünsche ansprechen, Interesse wecken,
Träume wiederbeleben, Gefühle hervorrufen ...*

Und noch nicht genug:

*Den Zweifel nehmen, Glauben stärken,
das Selbstvertrauen immer wieder aufbauen.
Nach einem Reinfall wieder aufstehen helfen!*

Das ist die Kern-Aufgabe des Führens.

Das muss eine Führungs-Kraft können!

(Denn wer das Selbstvertrauen seiner Mitarbeiter verletzt, behindert ihre Leistung.

Er verhindert sie. Er führt nicht. Er blockiert!)

(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen, aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf – Handel im Wandel“)

Führung

Führen heißt, andere erfolgreich zu machen!

Das bedeutet konkret:

- **In die Mitte treten**
und andere um sich versammeln!
- **Mitdenken fördern**
und eigenständiges Handeln ermöglichen!
- **Eine auf Eigen-Dynamik**
angelegte Leistungs-Gesellschaft schaffen
und durch Anregung, Koordination und
Ziel-Absprachen wach halten!
- **Gesunde Beziehungen zulassen**
und stabilisieren!
- **Gerecht, menschlich und kalkulierbar zu sein!**
- **Dirigieren,**
ohne die erste Geige spielen zu wollen!
- **Vorleben, was für andere nachahmenswert**
sein soll!
- **Selbstvertrauen, Mut und positive Gefühle**
als Wert der Gemeinschaft stützen!
- **Realitäten akzeptieren und das Machbare anstreben,**
Spielraum geben!

(Wolfgang Saamann)

Wirksame Führung ist stets:

- zielgerichtet,
- präzise,
- kanalisierend,
- legt sofortige erste Schritte fest
- mit eingebautem Controlling.

Wirksame Führung muss zugleich auch
auf die Unternehmens-Kultur ausgerichtet sein,
um optimale Ergebnisse zu erzielen.

*(Prof. Fred Malik, Unternehmensberater und Mitinhaber des Management-Zentrums
St. Gallen sowie Autor zahlreicher Fachbücher, Fachartikel und Videos)*

Führungs-Kräfte

Wie Führungs-Kräfte die Mitarbeiter behandeln,
so behandeln diese Mitarbeiter auch ihre Kunden.
Wie man sich fühlt, so arbeitet man.

Eine der wichtigsten Voraussetzungen
für erfolgreiche Führungs-Kräfte ist die Fähigkeit,
Dinge in Frage zu stellen.
Und dazu gehört auch das eigene Verhalten!

Autorität zu besitzen ist eine der weiteren
Voraussetzungen für die Führungs-Arbeit.
Dass die Autorität von den Mitarbeitern akzeptiert
wird und Kooperations-Bereitschaft entsteht,
darin liegt die Kunst des Führens.

Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens
ist abhängig von der Qualität des Charakters
der Führungs-Kraft an der Spitze des Unternehmens!

Die meisten Entlassungen bei Groß-Unternehmen
haben Manager verschuldet, die am Steuer eingeschlafen
sind und so die Abzweigung in die Zukunft verpassten.
*(Viele Unternehmen werden von Verwaltern
und nicht von Führungs-Persönlichkeiten geleitet,
von Instandhaltungs-Technikern statt von
Firmen-Architekten!)*

(Aus der Wirtschaftswoche)

Um nicht aus dem Elfenbeinturm heraus
Ideen zu entwickeln, werden noch in diesem Jahr
alle Führungs-Kräfte drei Tage an einer Tankstelle arbeiten.

(Klaus Wollschläger, Vorstandsvorsitzender der Aral AG)

Vielleicht wird die Qualität der Führungs-Kräfte
bald unser einziger Wettbewerbsvorteil sein.

(Helmut Maucher, deutscher Top-Manager und General-Direktor Nestlé, geb. 1927)

Führungs-Kräfte

In dem Buch der beiden Management-

Professoren Hamel und Prahalad

(„Wettlauf um die Zukunft“)

finden wir eine wunderbare Metapher,
die sich auf eine Versuchsreihe in den USA bezieht:

Stellen Sie sich einen Raum mit vier Affen vor.

Im Zentrum des Raums befindet sich eine Stange,
oben hängt eine verlockende Bananenstaude.
Etwas darunter befindet sich ein Duschkopf,
durch den sehr kaltes Wasser strömt,
wann immer die Versuchsleiter auf den Knopf drücken.

Der erste Affe erklettert den Pfahl in Richtung

Bananen. Nachdem er drei Viertel der Wegstrecke
zurückgelegt hat, erhält er eine Dusche mit eiskaltem
Wasser. Schreiend lässt er von den Bananen.

Der zweite, dritte und vierte Affe probieren es auch.

Jeder erhält seine kalte Dusche.

Bald versucht es keiner der Affen mehr.

Bis hierher kennen wir ähnliche Geschichten.

Jetzt kommt jedoch das Faszinierende an diesem
Fallbeispiel: Man tauscht einen der Affen gegen
einen neuen aus. Dieser sieht die Bananen und will die
Stange hinauf. Aber die anderen reißen ihn herunter,
noch ehe er die kalte Dusche erhält.

Durch die soziale Interaktion mit seinen Artgenossen
lernt er: „Stange 'raufklettern ist gefährlich!“

Nun tauscht man die anderen drei Affen der Reihe

nach aus. Auch sie lernen ihre Lektion,
ohne jemals mit eiskaltem Wasser übergossen worden zu
sein. Am Ende dieses Prozesses haben wir vier Affen der
vierten Generation. Die frischen Bananen am oberen Ende
der Stange werden regelmäßig ausgetauscht.
Die kalte Dusche wurde vor einiger Zeit endgültig
abmontiert. Aber trotzdem wagt keiner der Affen
sich jemals diese Stange hinauf!

(Fortsetzung nächste Seite ...)

Führungs-Kräfte

Fortsetzung ...

**Was kann uns diese wahre Story lehren,
wenn wir sie als Metapher sehen?**

Wenn Sie Führungs-Kraft sind,

könnten Sie sich fragen:

*Welche Routine haben wir in unserem Unternehmen,
deren Anfänge in „grauer Vorzeit“ liegen
und die wir nur einhalten,
weil „man das schon immer so gemacht hat“?*

Eine Diskussion darüber mit allen Betroffenen
kann ungemein viel bringen.

Solche Gespräche erhöhen die Bereitschaft,
derzeitige Vorgehensweisen kritisch in Frage
zu stellen. Sie lösen eine Menge neuer Ideen aus,
insbesondere, wenn Sie sich gezielt fragen:

Warum existieren diese Vorgehensweisen?

Oft liegt der Beginn völlig im dunkeln

(in der ersten „Affens“-Generation nämlich).

*(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie
Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)*

Wenn du ein Schiff bauen willst,

so trommle nicht die Leute zusammen,

um Holz zu beschaffen, Werkzeuge vorzubereiten,

Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen,

sondern wecke in ihnen die Sehnsucht

nach dem weiten, endlosen Meer.

(Antoine de Saint-Exupéry, frz. Schriftsteller, 1900-1944)

Was die erfolgreichen Unternehmen

in erster Linie vom Rest unterscheidet,

ist die Qualität ihrer Führungs-Kräfte.

Denn Unternehmen werden nicht von Verfahren bewegt,
sondern von Managern.

(Boston Consulting Group)

Führungs-Stil

Der Führungs-Stil ist eines der wichtigsten Elemente eines erfolgreichen Managers, Unternehmers oder einer Führungs-Kraft.

63% der erfolgreichen Manager praktizieren einen demokratischen und kooperativen Führungs-Stil. Das heißt: Erfolgreiche Führungs-Kräfte geben ihren Mitarbeitern eher ein Gefühl der Stärke als der Schwäche, indem sie ihre Mitarbeiter zur Entscheidungs-Vorbereitung hinzuziehen und Verantwortung delegieren.
(Schwache Führungs-Kräfte erzielen durch ihr autoritäres Gehabe eine ausgesprochen negative Wirkung: nämlich das Gefühl von Hilflosigkeit und Ohnmacht.)

Jeder Führungs-Stil hängt von drei Faktoren ab:

- von dem Charakter des Führers,
- von der Qualifikation seiner Mitarbeiter
- und von der Situation, in der sich der Führer mit seiner Gruppe befindet.

Daraus folgt:

Je höher die Qualifikation der Mitarbeiter ist, desto weniger braucht sich die Führungs-Kraft um sie zu kümmern. Sie kann sich vornehmlich damit beschäftigen, über ihre Aufgaben nachzudenken. Das bedeutet: Der Führungs-Stil wird vorwiegend aufgaben-bezogen sein.

(Je schlechter die Qualifikation der Mitarbeiter ist, desto mehr muss sich die Führungs-Kraft um sie kümmern: Sie muss anweisen, helfen, kontrollieren, kritisieren und motivieren.

Das bedeutet: Ihr Führungs-Stil ist hauptsächlich mitarbeiter-bezogen.)

Fazit:

Auch die beste Führungs-Kraft kann nicht effizient arbeiten, wenn ihr das Unternehmens-Umfeld es nicht gestattet!

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Führungs-Stil

Die drei häufigsten Fehler,
die deutsche Chefs machen:

- 1. Es wird zu wenig delegiert, weil der Chef meint,**
alles am besten machen zu können.
(Deshalb muss er sich ja auch ständig Arbeit mit nach Hause nehmen und ist ständig „gestresst“.)
- 2. Es wird zu wenig gelobt.**
Getreu dem guten altdeutschen Wahlspruch:
„Mangel an Tadel ist Lob genug!“
- 3. Wenn ein Mitarbeiter Fehler macht,**
dann wird er in einer Art und Weise kritisiert,
die sein Selbstwertgefühl verletzt.

Mit anderen Worten:

Das Denken und Entscheiden wird in den meisten Unternehmen nur Qualifizierten und in der Firmen-Hierarchie bereits Etablierten zugetraut.
(Wenn man dem „Fußvolk“ der operativen Ebene nichts zutraut, kann es ja auch keine Fehler machen. So einfach ist das ...)

Herr Morita

(der Unternehmens-Gründer von SONY)
sieht diese Problematik offensichtlich ganz anders
als die Mehrzahl bundesdeutscher Unternehmen
- und er handelt danach!

So sagt er in aller Offenheit:

*„Ein Unternehmen kann zu nichts kommen,
solange die Denkarbeit ausschließlich dem
Management überlassen bleibt.“*

Fazit:

**Jeder Mitarbeiter muss seinen persönlichen Denk-
Beitrag zum Unternehmens-Erfolg beitragen!**
*(Wir bei SONY legen auf die geistige Mitarbeit
allergrößten Wert und erhalten pro Beschäftigten
im Jahres-Durchschnitt acht neue Anregungen!)*

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Gehirn-Training

Das Gehirn kann bis in das hohe Alter aktiv sein!

Allerdings bleibt das Gehirn nur dann fit,
wenn es ständig gefordert wird!

**Viel Lesen ist eine Voraussetzung für ein
geistvolles Leben!**

*(Da das Gehirn sich wie ein Muskel verhält,
muss es auch regelmäßig benutzt werden!)*

Merke:

**Muskeln wachsen nur, wenn man bis an die
Leistungs-Grenzen (*Schmerz-Grenzen*) trainiert
und dann ca. 5 - 10% Leistung hinzugibt.**

Das Drama:

**Bei den meisten Menschen liegt dieses wunderbare
Potenzial einfach brach!**

*(Nur ca. 20% der Menschen nutzen ihr Gehirn aktiv,
die anderen 80% werden gelebt!)*

Wie man mehr Potenzial nutzen kann?

**Durch eine gesunde und ausgewogene Ernährung
und viel Sauerstoff!**

Denn für ein gesundes und aktives Gehirn
ist eine gesunde Ernährung und viel Sauerstoff
(= *durch richtiges Atmen*) erforderlich.

*(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und
Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)*

**Das Gehirn arbeitet nicht logisch,
sondern analogisch!**

*(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie
Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)*

Gewinner

- **Der Gewinner ist immer ein Teil der Lösung.**
Der Verlierer ist immer ein Teil des Problems.
- **Der Gewinner hat immer einen Plan.**
Der Verlierer hat immer eine Ausrede.
- **Der Gewinner sagt: „Lass es mich für dich tun!“**
Der Verlierer sagt: „Ich bin nicht zuständig!“
- **Der Gewinner sagt: „Lass mich dir helfen!“**
Der Verlierer sagt: „Das ist nicht meine Aufgabe!“
- **Der Gewinner sieht eine Lösung für jedes Problem.**
Der Verlierer sieht ein Problem für jede Lösung.
- **Der Gewinner sagt:**
„Es mag schwierig sein, aber es ist möglich!“
Der Verlierer sagt:
„Es ist vielleicht möglich, aber es ist zu schwierig.“
- **Der Gewinner hört zu ...**
Der Verlierer wartet, bis er reden darf.
- **Der Gewinner sagt:**
„Ich bin gut, aber ich könnte noch besser sein!“
Der Verlierer sagt:
„Ich bin nicht so schlecht wie viele andere!“
- **Der Gewinner fühlt sich für mehr als seinen Job verantwortlich.**
Der Verlierer sagt: „Ich arbeite hier nur!“
- **Wenn ein Gewinner einen Fehler macht, gibt er ihn zu.**
Der Verlierer sagt: „Es war nicht mein Fehler!“
- **Der Gewinner vergleicht seine Leistungen mit seinen Zielen.**
Der Verlierer vergleicht seine Leistungen mit denen anderer Leute.

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Merke:

**Es zählt allein, was du tust, und nicht, was du anderen zu tun empfiehlst.
Sei ein Sieger!**

(Christoph Niederberger)

Inspiration

Nutze die Gegenwart, es ist die Zeit,
in der du lebst und die Zukunft gestaltest.

Wer mit der Vergangenheit unzufrieden ist
und vor der Zukunft ständig Angst hat,
ist meistens ein Mensch,
der die Gegenwart zu wenig genützt hat.

Die Vergangenheit kannst du analysieren,
aber nicht mehr verändern.
Die Zukunft kannst du kaum oder nicht analysieren,
aber sehr wohl gestalten.

Die höchste Stufe der Intelligenz
und der Kreativität ist die Inspiration!
Inspiration ist ein „*Sensor*“ für Lösungen
von Problemen!
*(Es ist die Kraft, etwas aus dem Nichts
entstehen zu lassen!)*

Lassen Sie sich inspirieren!
Das größte Genie käme nicht weit,
sagte Goethe im 83. Lebensjahr von sich,
wenn es alles nur aus sich selbst schöpfen wollte.

Wer aus Freude am Leben und aus Erfahrungen
der Vergangenheit Ziele entwickelt,
die Gegenwart zur Planung
und zum wirklichen Leben nützt,
kann guten Mutes in die Zukunft sehen!
*(Josef Schmidt, Bayreuth, Begründer des Schmidt-Colleg
und Autor zahlreicher Fachbücher, Lehrvideos und Fachartikel)*

Die höchste Stufe der Intelligenz
und der Kreativität ist die Inspiration!
Inspiration ist ein „*Sensor*“ für Lösungen
von Problemen!
(Elsa M. Frank)

Kommunikation

Wer besser kommuniziert,
hat die besseren Erfolgs-Chancen!

Wer mit Menschen umgeht,
wer Menschen führen, überzeugen, begeistern will,
muss viel von Menschen verstehen.
Und er muss erfolgreich kommunizieren können!

Kommunikation ist mehr als Rhetorik
und mehr als Dialektik.
Wo immer Menschen zusammentreffen,
findet Kommunikation statt.
Wer Menschen für sich gewinnen will,
schafft das nur über Kommunikation!
Kommunikation ist das entscheidende Instrument
in der Mitarbeiterführung.
Kommunikation hat deshalb höchste Priorität!

*(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen,
aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf – Handel im Wandel“)*

Wer erfolgreich kommunizieren will,
der muss die Sinnes-Kanäle des Gesprächs-Partners
sowie die Körpersprache mit einbeziehen.

Wer erfolgreich kommunizieren will,
der muss auch die Frage-Technik beherrschen.
*(Wer erfolgreich kommunizieren will,
der muss lernen, die Welt mit den Augen
des Gesprächs-Partners zu sehen!)*

Richtig zu kommunizieren ist eine hohe Kunst,
über die zwar schon Hunderte von Büchern
geschrieben wurden, aber leider in den Schulen
den Kindern nicht beigebracht wird.
*(Wer gelernt hat, gehirn-gerecht zu kommunizieren,
der vermeidet unnötige Missverständnisse
und Konflikte.)*

*(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie
Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)*

Wer erfolgreich kommunizieren will,
der muss die Sinnes-Kanäle des Gesprächs-Partners
sowie die Körpersprache mit einbeziehen.
Über 75% der Kommunikation beruhen auf Körpersprache,
Mimik und Stimmlage!

*(Prof. Dr. Barbara Schott, NLP-Expertin und Trainerin, Gründerin des Institutes NLP-Praxis
und des NLP-Ausbildungsinstitutes „mind balance e.V.“)*

Kommunikation

Das Geheimnis guter Kommunikation

ist nicht so sehr, was Sie sagen,
sondern wie Sie es sagen!
*(Denn wie man in den Wald hineinruft,
so schallt es auch zurück!)*

Merke:

**Gesagt ist noch nicht gehört.
Gehört ist noch nicht verstanden.
Verstanden ist noch nicht einverstanden.
Einverstanden ist noch nicht angewendet.
Angewendet ist noch lange nicht beibehalten!**

*(Konrad Zacharias Lorenz, österr. Verhaltensforscher und Zoologe,
1973 Nobelpreis für Physiologie oder Medizin, 1903-1989)*

Wir sollten uns nicht wundern,
wenn mal wieder etwas gehört,
aber „falsch“ verstanden wurde.
Wundern sollten wir uns vielmehr über die Tatsache,
dass wir im allgemeinen relativ gut
miteinander kommunizieren können.
Denn angesichts all der Pannen,
die passieren können,
ist dies das eigentliche Wunder!

*(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie
Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)*

Wichtig - richtig - klar!

Jeder Mensch ist ein einzigartiges Individuum!
Alleine daraus ergeben sich - beinahe selbstverständlich -
Missverständnisse. Lernen Sie, auf Missverständnisse
mit einer Portion Gelassenheit zu reagieren!

*(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie
Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)*

Merke:

**Wahr ist nie, was Sie sagen.
Wahr ist immer, was der andere hört und versteht.**

*(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie
Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)*

Kreativität

Wer zu spät an die Kosten denkt,

ruiniert sein Unternehmen.

Wer immer zu früh an die Kosten denkt,

tötet die Kreativität!

(Philip Rosenthal, deutscher Industrieller und Politiker, geb. 1916)

Kreatives Denken ist für die Unternehmen

heute wichtiger denn je!

In dem Maße, wie der Wettbewerb härter wird,

steigt der Bedarf an kreativem Denken.

Es genügt nicht mehr, das gleiche besser zu machen.

Es genügt nicht mehr, effizient zu sein und Probleme zu lösen. Es wird weit mehr verlangt!

Die Geschäfts-Welt muss heutzutage mit

Veränderungen Schritt halten,

und dazu ist die Kreativität notwendig.

Und zwar Kreativität sowohl auf strategischer Ebene als

auch an vorderster Front, um die für ein

wettbewerbsfähiges Unternehmen notwendigen

Veränderungen zu erreichen.

Von der Verwaltung zum wahren Unternehmertum.

(Dr. Edward de Bono, weltweit führende Autorität für kreatives Denken, Trainer, Unternehmens-Berater, Rundfunksprecher, Wissenschaftler und Autor von über 45 Büchern, die in 26 Sprachen übersetzt wurden)

Organisationen und Unternehmen brauchen

den Tandem-Effekt von Kreativität und Innovation.

Kreativität bewirkt Innovationen, und diese wirken

„*kreativierend*“. Kreative Mitarbeiter benötigen ein

innovations-freundliches Umfeld, und dieses bedarf

schöpferisch denkender Mitarbeiter.

Diese wechselseitige Bedingtheit und Abhängigkeit

ist ein Kraft-Quell, aus dem erfolgreiche Unternehmen

schöpfen.

(Prof. Dr. Walter Simon, Wirtschafts-Trainer und Initiator der „Erklärung deutscher Wirtschaftstrainer gegen den Einfluss der Scientology-Organisation“)

Aber was heißt es genau, kreativ zu sein?

Kreativität stammt aus dem Lateinischen.

Das Wort „*create*“ bedeutet schöpferisch tätig sein.

In dem Moment, in dem Sie am Strand eine Sandburg

bauen oder ein schwieriges Problem lösen,

sind Sie kreativ!

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Kreativität

Die menschliche Kreativität ist der einzige entscheidende und zudem unbegrenzt vorhandene Produktions-Faktor. Die Kreativität explodiert, wenn ein Team von Visionen beseelt ist.

(Das ist das ganze Geheimnis des Erfolges oder Misserfolges!

Es reduziert sich auf diese simple Wahrheit.)

(José Lopez, spanischer Industrie-Manager, ehemaliger Manager bei General Motors in Detroit und bei VW in Wolfsburg, geb. 1941)

Wie man Kreativität aktiviert:

Professor Bernd Rohrbach, Bad Homburger Kreativitäts-Trainer, macht deutlich, wie man zu einem Optimum an Kreativität gelangen kann:

1. Gefühle ansprechen
2. Gedanken aufschreiben
3. Immer wieder „*warum*“ fragen
4. Andere Verwendungsmöglichkeiten ausdenken
5. Sich über Neuheiten informieren
6. Verbesserungen ausdenken
7. Erfindungen nachvollziehen
8. Sich in die Situation anderer versetzen
9. Viel mit anderen diskutieren
10. Verreisen und dabei einfallende Ideen sofort notieren
11. Gehirn-Jogging

(Bernd Rohrbacher, Kreativitäts-Trainer)

Alle Kreativitäts-Methoden haben Gemeinsamkeiten:

- Die Qualität der Problem-Lösungen zu verbessern.
- Kreative Denk-Prozesse zu ermöglichen.
- Positive Resultate in angemessener Zeit zu produzieren.
- Die Weiche für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen.
- Eingefahrene Denkweisen zu verlassen.
- Neuartige Kombinationen von bekannten Prozessen zu ermöglichen.
- Vorhandene Denk-Blockaden abzubauen.
- Vorurteile zu vermeiden.
- Assoziationen und Analogien herzustellen.
- Eine andere Perspektive zu vermitteln.

(Prof. Kurt Nagel, Unternehmens-Berater, Verfasser mehrerer Fachbücher und Dozent an der Universität Würzburg)

Kunden

Was ist ein Kunde?

Der Kunde ist jemand, der uns seine Wünsche vorträgt.
Und es ist unsere Aufgabe,
seine Wünsche zu erfüllen, und zwar so,
dass er und wir davon profitieren.

Der Kunde steht im Zentrum unseres Denkens

und Handelns. Er ist unsere Existenz-Berechtigung.

Ob unser Kunde persönlich erscheint,
anruft oder Briefe schreibt,

er ist immer die wichtigste Person!

Alle Kunden sind wichtig!

Natürlich gibt es wichtige, ganz wichtige und weniger
wichtige Kunden, aber wichtig sind alle Kunden!

Der Kunde bestimmt unseren Erfolg!

Er ist unser langfristiger Partner, und wir möchten,
dass er sich bei uns verstanden fühlt.

Für ihn machen wir „*immer etwas möglich*“!

Der Kunde ist niemand,

mit dem man sich streitet

oder mit dem man Machtkämpfe ausficht.

Den Streit mit einem Kunden

hat immer der Kunde gewonnen!

Der Kunde stört nie!

Er unterbricht nicht die Arbeit, er ist die Arbeit!

Nicht der Kunde ist abhängig von uns,
sondern wir sind abhängig von ihm.

Wir sollten immer daran denken,

dass wir selbst immer irgendwo Kunde sind.

Behandeln wir deshalb unsere Kunden ebenso gut,

wie wir selbst gern behandelt werden möchten,

wenn wir woanders Kunde sind!

(Beispiel einer kundenorientierten Unternehmens-Philosophie.

Das entspricht im übrigen auch der Philosophie von Schönherr!)

Das Vertrauen eines Kunden zu gewinnen

dauert Jahre, es zu verlieren nur wenige Sekunden.

(Quelle unbekannt)

Kunden-Bindungs-Strategie

Überraschen Sie Ihren Wunsch-Kunden mit einer außergewöhnlichen Aufmerksamkeit. Damit er für Sie zu einem außergewöhnlich treuen Stammkunden wird.

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer, Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“, Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

Sofort mehr Umsatz mit Stammkunden:

Wer ein gutes Werbe-Controlling hat, der weiß:
Einen neuen Kunden zu gewinnen
ist mindestens 10 x teurer und zeitintensiver,
als einen Stammkunden zu behalten.

Wenn Sie Ihre Kundenzufriedenheits-Strategie

optimieren wollen und wenn Sie zusätzlich Ihren Umsatz steigern wollen, dann empfehlen wir Ihnen das Buch von Hilger Veenema:

„Sofort mehr Umsatz mit Stammkunden“

*(Nur direkt beim Verlag Norbert Müller zu beziehen.,
Tel.: (0 89) 3 50 93 -02 oder Fax: (0 89) 3 50 93-218,
ca. 58,- Euro + MwSt. und Versandkosten)*

Und wenn Sie Ihre Stammkunden besonders gut

pflegen möchten, dann empfehlen wir Ihnen zum Beispiel ein exklusives Werbe-Präsent:

Den „*Schönherr-Chef-Timer*“

Der besondere Vorteil:

Hochwertiger Einband

und die ganze Woche auf einen Blick!

(Genaue Informationen finden Sie

in unserem aktuellen Katalog oder im Internet unter
www.schoenherr.de)

Und hier noch eine Extra-Idee,

die Ihnen hilft, mehr zu verkaufen:

Wenn Sie Ihren Kunden bei Ihrem persönlichen Besuch einen Kalender überreichen,

dann stecken Sie unbedingt mehrere Visitenkarten

in die selbstklebenden Visitenkarten-Taschen hinein.

Damit Ihre Kunden Sie jederzeit

weiterempfehlen können.

(So gewinnen Sie neue Kunden

durch Mund-zu-Mund-Marketing!)

Lernen

Lernen macht Spaß,

wenn es richtig gemacht wird!
Lernen mit Lust, mit dem Erlebnis,
hinterher etwas zu können, was vorher nicht klappte,
es leichter zu können - das ist gemeint!

Lernen heißt nicht einfach nur Wissen anhäufen.

Lernen heißt immer öfter „*ent-lernen*“,
den Verstand von Inhaltsmüll zu entsorgen,
von Programmen, die intellektuell lähmen.
*(Denn mit alten Bildern im Kopf
kann keine neue Welt entstehen!)*

Ziel des Lernens ist es,

neue Aufgaben leichter
und die alten Aufgaben effektiver zu erledigen!

Wir haben gelernt, was gut und was böse ist,

was sich gehört und was nicht,
was bei den Eltern Beifall findet und was weniger
angenehme Reaktionen hervorruft.

Wir haben das alles so lange und so gründlich gelernt,

bis wir schließlich glauben und beschwören,
das sei unser Charakter, unsere Persönlichkeit,
unsere Individualität.

Wir könnten gar nicht anders!

Und weil das so ist,

betonen wir mit dem größten Nachdruck:
Alles Erlernte kann man auch verlernen, umlernen,
erweitern, ablegen, einschränken und verstärken!

Jeder Mensch kann bis ins Alter lernen

und umlernen, wenn er will und bereit ist,
darüber gründlich nachzudenken
und neues Verhalten einzuüben.
Sie selbst sind der einzige Mensch,
den Sie verändern können!

*(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen,
aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf – Handel im Wandel“)*

Lernen

Lebenslanges Lernen heißt auch:

seine Energie bewusst zu erleben und zu steuern.
(Der Motor allen Wandels ist Lernen!)

Der Wille zum Lernen muss aus unseren eigenen Zielen entspringen.

(Denn die Qualität unserer Ziele bestimmt die Qualität unserer Zukunft!)

Anpassung reicht nicht mehr aus,
weil sie immer zu spät kommt und immer nur eine Anpassung an eine Turbulenz wäre, an etwas, das eventuell von anderen gemacht wird und nicht gut läuft und daher eben nicht gut ist!

(Josef Schmidt, Bayreuth, Begründer des Schmidt-Colleg und Autor zahlreicher Fachbücher, Lehrvideos und Fachartikel)

Wenn wir unser Alltagsleben überdenken,

bemerken wir, dass wir viel wissen,
aber nur selten oder nie danach handeln!

Wir wissen heute alle, dass Rauchen ungesund ist -
und zünden uns dennoch die nächste Zigarette an.

Wir wissen, dass wir Vitamine und Mineralstoffe brauchen,
um gesund zu bleiben - und essen dennoch täglich ungesunde Süßigkeiten, Fastfood usw. ...

Ähnlich verhält es sich auch mit dem Wissen!

Merke:

Wissen ist wenig,

erst das Können macht den König!

*(Wer einmal etwas Kluges gehört hat,
der wird deshalb noch lange nicht klug!)*

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Viele Menschen haben ihr Wissen

in Büchern niedergeschrieben.

Ich brauche nur noch Bücher zu lesen!

Mittlerweile habe ich tausende Seiten von Notizen,
habe viele Seminare besucht, lese mindestens drei Stunden pro Tag und höre während der Autofahrt Ton-Kassetten.

(Brian Tracy, bekannter amerik. Erfolgs- und Motivations-Trainer und Bestseller-Autor, Präsident des „Brian Tracy International“-Netzwerks mit 350 Beratern und Trainern, geb. 1944)

Lernen

Doch selbst wenn Sie auf ein Höchstmaß

an Ausbildung zurückschauen können,
sogar wenn Sie einen guten Abschluss gemacht haben:
Die Halbwertszeit des Wissens wirft Sie zurück!
Das Wissen verdoppelt sich gegenwärtig
alle vier Jahre!

(Es waren einmal hundert Jahre!!!)

Und die Entwicklung rast nicht, sie explodiert!

In jeder Minute wird eine neue chemische Formel
aufgestellt, alle drei Minuten ein neuer physikalischer
Zusammenhang erklärt und alle fünf Minuten
eine medizinische Erkenntnis gewonnen.

*(Die Anzahl der Veröffentlichungen mit
wissenschaftlichem Inhalt wird auf fünfzehn
bis zwanzig Millionen pro Jahr geschätzt!)*

Die Bereitschaft zum lebenslangen Lernen

hat deshalb heute schon mehr Bedeutung
als ein absolviertes Studium.

Lernen und Phantasie sind wichtiger als Wissen!

Die Notwendigkeit lebenslangen Lernens
ist eine Herausforderung nicht nur für jeden einzelnen im
Berufsleben, sondern auch für die Unternehmen und ihre
Organisation.

Es kann nie Schluss sein damit.

Es ist nie genug. Man ist nie zu jung oder zu alt.
Fast alles, was wir tun,
können wir durch Lernen verbessern:
verkaufen, überzeugen, denken, reden, atmen ...

*(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen,
aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf – Handel im Wandel“)*

Was man lernen muss, um es zu tun,

das lernt man, indem man es tut.

(Aristoteles, griechischer Philosoph, 384-322 v. Chr.)

Lernen wird zu einer Existenz-Frage

des einzelnen, der Gesellschaft
und vor allem der gesamten Wirtschaft!

*(Prof. Wolfram Engels, Inhaber eines Lehrstuhls für Bankbetriebslehre an der Universität
in Frankfurt, ehemaliger Herausgeber der Wirtschaftswoche, 1933-1995)*

Lernen

Durch die Wiederholung verdichten sich Vorgänge, Überlegungen und Handlungen. Es entwickelt sich im Unterbewusstsein das schöpferische Neudenken.

Die positive Wirkung der Wiederholung lässt sich in sieben Punkten zusammenfassen:

- 1. Erst durch Wiederholung wird Wissen** verdaut und damit zum praktischen Handeln!
- 2. Das persönliche Können nimmt zu.** Mit der gleichen Energie werden immer größere Mengen der gleichen Arbeit bewältigt.
- 3. Die einzelnen Abläufe werden immer** besser synchronisiert.
- 4. Das Niveau unserer Leistung verbessert** sich qualitativ. Wir werden sicherer und zuverlässiger.
- 5. Jede Wiederholung setzt Energien frei,** die sich als Gedankenblitze äußern. Es entwickelt sich automatisch Kreativität!
- 6. Das Fingerspitzengefühl entwickelt sich.** Das Unterbewusstsein arbeitet immer präziser. Das Anpassungsvermögen wächst.
- 7. Der Mensch entwickelt eine hohe** Beherrschung seiner Fähigkeiten. Sicherheit und Überzeugungskraft wachsen.

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Sag's ihnen, und sie werden es vergessen.
Zeig's ihnen, und sie werden sich erinnern.
Integriere sie, und sie werden es begreifen!

(Quelle unbekannt)

Lernen

Über die Wirkung des Wiederholens

gibt es genaue statistische Unterlagen, die bei Versuchen an amerikanischen Universitäten ermittelt wurden.

Man versuchte, einen sogenannten „*Erinnerungswert*“ eines gesprochenen Wortes herauszufinden und in Zahlen auszudrücken.

Hier das Ergebnis:

Etwas einmal in normaler Lautstärke sagen:	100%
Etwas zweimal sagen:	120%
Etwas zweimal sagen, wobei aber zwischen dem ersten und zweiten Mal eine Pause liegt, während der von etwas anderem gesprochen wurde:	170%
Etwas dreimal sagen:	210%
Etwas viermal sagen:	235%
Etwas fünfmal sagen:	245%

Wer sich also die Mühe nimmt,

das Gute, das er über ein Angebot zu sagen hat, drei- bis viermal zu wiederholen, der hat die Chance, einen zweieinhalbmal tieferen Eindruck zu hinterlassen als der Konkurrenz-Verkäufer, der alles „*einfachheits-halber*“ nur einmal sagt!

In diesen Zusammenhang gehört noch eine

erschreckende und zugleich beherzigenswerte Tatsache: Ihr Kunde wird morgen 30% Ihres Angebots, auf das Sie ihn heute nachdrücklich aufmerksam machten, wieder vergessen haben!

(Bis in einer Woche wird er gar 50% und bis in einem Monat 70% Ihres wunderbaren Verkaufs-Vortrages vergessen haben!)

Wer das weiß, ist sich über die

Ursachen der erfolgreichen Verkäufer im klaren!

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Lob

*„Nichts ist schwerer zu ertragen
als eine Reihe von guten Tagen!“*

Dieses Sprichwort beschreibt ebenso kurz wie treffend den Menschen in seinem Widerspruch. Und es ließe sich auch auf ein anderes Paradoxon anwenden: auf die Tatsache nämlich, dass viele Menschen ausgerechnet dann ins Schleudern kommen, wenn sie mit einem Lob beziehungsweise Kompliment bedacht werden.

Dabei wäre es doch so einfach, ein anerkennendes Wort zumindest mit einem schlichten Dankeschön oder einem freundlichen Lächeln zu quittieren.

Psychologen schreiben dieses immer wieder zu beobachtende Phänomen der Zurückhaltung oder gar Abwehrstellung bei einer positiven Betrachtung der eigenen Person einem mangelnden Selbstwertgefühl zu. Zeichen eines gut entwickelten Selbstbewusstseins wäre es demzufolge, ein Kompliment nicht nur dankend anzunehmen, sondern es sogar freimütig zu bestätigen.

Etwa so:

*„Meine neue Frisur gefällt Ihnen?
Das freut mich. Ich finde nämlich auch,
dass sie mir gut steht!“*

So viel Unbefangenheit dürfte freilich in der Tat nicht jeder aufbringen.

Resümee: Wer bei jedem Lob, das ihm zuteil wird, innerlich errötet, es also prinzipiell schwer verkraften kann, der sollte wirklich einmal sein Selbstwertgefühl unter die Lupe nehmen.

Lob und Anerkennung sollten niemals halbherzig oder gar unter dem Gesichtspunkt des kalkulierten Selbstzwecks auf den Weg gebracht werden. Jedwede Übertreibung ist billige Münze, die den peinlich betroffenen Empfänger in arge Verlegenheit bringen kann. Denn unverdientes Lob wird nicht selten als verkleideter Spott empfunden.

(Gerda Berger)

Lob

Loben will gelernt sein!

(Richtig zu loben ist schwieriger, als zu mäkeln!)
Loben setzt voraus, sich auf andere einzulassen,
Ihre Stärken entdecken zu wollen,
sie anzuerkennen und zu fördern.

Loben heißt: Positives auszusprechen.

Das fällt nur dem leicht, der Mitmenschen genau
beobachtet und Positives erkennt.
Und es gibt so gut wie nichts und niemanden,
an dem nicht etwas Positives festzustellen ist!

Nicht nur Loben will gelernt sein.

Auch gelobt zu werden ist schwierig.
Die meisten Menschen haben es leider nie gelernt,
mit Lob umzugehen!
*(Vielen ist es ausgesprochen peinlich
- zumal vor einem größeren Kreis -,
gelobt zu werden.)*
Bei einer Belobigung gilt es daher,
die Reaktionen des Gelobten im Auge zu behalten
und die Dosis anzupassen.

Auf das richtige Maß kommt es an!

Beim Loben kommt es auf das richtige Maß an.
Lob muss glaubwürdig sein.
Halten Sie mit vollem Lob nicht hinter dem Berg
- wenn es denn berechtigt ist.

Aber wo es nicht viel zu loben gibt,
darf auch nicht zu dick aufgetragen werden,
sonst wird das Lob unglaubwürdig!

(Josef Frommer, Verkaufs- und Management-Trainer, verstorben 1996)

Tadeln ist leicht;

deshalb versuchen sich so viele daran.
Mit Verstand loben ist schwer;
darum tun es so wenige.

(Anselm Feuerbach, dt. Maler, 1829-1880)

Behandelst du die Menschen, wie sie sind,
machst du sie schlechter!
Behandelst du sie, wie sie sein können,
machst du sie besser!

(Johann Wolfgang von Goethe, dt. Dichter, 1749-1832)

Lob

Aggression entsteht oft durch den Mangel an Streicheleinheiten!

In den Chef-Etagen wird die Luft immer dünner und der Druck immer härter.

(Je höher die Position, desto trockener der Schwamm!)

Fragen und Angriffe des Kunden, und seien sie noch so aggressiv und provokativ, sind nicht als persönliche Angriffe aufzufassen!

(Lass die Sch... vorbeischwimmen!)

Die Menschen werden zunehmend aggressiver durch Negativ-Informationen wie z.B. Tageszeitungen, Rundfunk, Tagesschau usw. ...

Der Mensch will nicht in erster Linie

eine Information, sondern eine Streicheleinheit!

(Lebenswichtiges Vitamin: Anerkennung!)

Der Mensch braucht 7 Streicheleinheiten pro Tag = Vitamine für die Seele!)

Der Mensch hat keine Abwehrstoffe gegen Lob!

(Ca. 60% aller „Neins“ (wissenschaftlich gesichert) sind Vorwände, oft nur Märchen!)

Bereits das Ausbleiben einer erwarteten positiven

Reaktion wird vom anderen als Kritik gewertet.

Schon ein minimales anerkennendes Nicken wird

vom anderen als Lob gewertet.

Diese Anerkennung braucht der Ausführende,

um zu wissen, ob er es richtig gemacht hat!

(Wenn ein Mitarbeiter etwas getan hat,

wofür er Lob erwartet, und dieses bleibt aus,

wird das schon als Tadel empfunden!)

Merke:

Nicht ausgesprochenes Lob

ist vorenthaltener Lohn!

(Josef Frommer, Verkaufs- und Management-Trainer, verstorben 1996)

Macht

Macht ist der Wille, andere zu führen.

Der innere Wille zur Macht.

Sein Willen soll gelten!

Drang, mit ausgeprägtem Selbstbewusstsein
und großem Ehrgeiz,

Führungs-Anspruch zu dokumentieren.

*(Wenn ein Mensch bis zum Ende seiner
Pubertät kein manifestes Macht-Streben entwickelt
hat, dann wird er es nie mehr erwerben!)*

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und
Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Wer andere führen will,

der gebraucht zwangsläufig Macht dazu.

Wer Macht ausübt, trägt Verantwortung!

*(Und wie ein Mensch mit seiner Verantwortung
umgeht, das hängt von seinem Charakter ab!)*

Weil Macht jedoch dicht neben Macht-Missbrauch

angesiedelt ist, wird der Begriff so oft negativ belegt.

Dabei vergisst man, dass es keinen Lebensbereich gibt,
der frei von Macht ist.

Nicht Macht an sich, sondern die Wirkungen der Macht
sind zu beurteilen. Nicht umsonst sagte Abraham Lincoln:
*„Willst du den Charakter eines Menschen
kennnenlernen, so gib ihm Macht!“*

Wir verspüren meistens ein ungutes Gefühl

im Bauch, wenn wir das Wort „Macht“

hören oder das Wort „Macht“ aussprechen.

Aber wir haben nur zu dem Wort

„Macht-Missbrauch“ ein negatives Verhältnis!

Denn eine gewisse Macht braucht jeder,

weil das Gegenteil von Macht Ohnmacht ist!

(= Ohne Macht!

Wer aber ohne Macht ist,

der ist jedem und allem ausgeliefert!)

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und
Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Ein Mensch kann nicht mehr tun,

als in seiner Macht steht.

Aber zumindest das kann er mit aller Macht tun!

(Malcolm Forbes, amerik. Industrieller und Verleger, geb. 1919)

Marketing

Marketing heißt,
die Welt aus der Sicht des Kunden zu sehen.

*(Peter F. Drucker, amerik. Unternehmens-Berater,
Management-Trainer und Autor zahlreicher Fachbücher, geb. 1909)*

Marketing ist eine funktionsübergreifende
Denk- und Handlungsweise,
die zur Erreichung betrieblicher Ziele
darauf gerichtet ist, die Bedürfnisse der Kunden
dauerhaft besser zu befriedigen als die Konkurrenz.

Marketing ist heute nicht mehr in erster Linie
ein Fachgebiet, sondern eine unternehmerische Denkweise.
Es ist eine Geisteshaltung,
die den Kunden mit seinen Wünschen
und Anforderungen in den Mittelpunkt
aller Aktivitäten stellt.

Marketing ist zur Schlüsselaufgabe
des Managements geworden,
da es Informationen im Entwicklungs-Prozess
der Organisation einspeist und steuert.

Die wichtigste Aufgabe des Marketings
ist die Sicherstellung einer vom Markt gesteuerten
Unternehmensführung.

Man kauft kein Produkt.

Man kauft die Idee, die dahinter steckt,
und den Nutzwert.

Man kann sagen: Der Nutzwert entscheidet.

Was genau sucht der Käufer?

Was will er sowenig wie möglich in Kauf
nehmen müssen?

(Lärm, Nebenwirkungen, Schmutz, Vorsicht ...)

Niemand entscheidet sich nur für das beste Produkt
oder für die beste Idee oder für das beste Angebot.
Wir kaufen die eigenen Vorstellungen,
die wir von diesem Produkt haben.
Wir Menschen sind bereit, Gift zu schlucken,
wenn es nur in bunten Kapseln verpackt ist.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

Marketing

Fortsetzung ...

Nur 1-3% aller Informationen

werden noch bewusst wahrgenommen!

(In den 60er Jahren waren es noch 30-40%!)

Das Informations-Volumen

einer Sonntags-Ausgabe der New York Times
ist etwa identisch mit dem, was ein Mensch im
Mittel-Alter in seinem ganzen Leben verarbeitet hat!

72% aller Marken werden beim Konsumenten

als austauschbar erlebt!

Jedes Jahr werden ca. 2.000 (!!!)

Marken im deutschen Markt lanciert!

*(In den USA sind es ca. 25.000 - 28.000 (!!!)
neue Marken im Jahr!)*

Marken-Namen verlieren an Wert,

weil diese immer austauschbarer werden!

Weil Produkte immer ähnlicher

und austauschbarer werden,

sind Zusatz-Nutzen und Zusatz-Leistungen
Merkmale zum Differenzieren!

Marketing entscheidet

über das ganze Schicksal eines Unternehmens!

*(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen,
aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf – Handel im Wandel“)*

Revlon hat einmal gesagt:

„In der Fabrik machen wir Kosmetik,

und in der Drogerie verkaufen wir Hoffnung!“

(Quelle unbekannt)

Marken brauchen immer

einen gewissen Mythos!

(Werbung ist Verführung.)

(Quelle unbekannt)

Merke:

Der erste Kauf ist nur ein Test!

(Philip Kotler, amerikanischer Marketing-Wissenschaftler an der Northwestern University)

Markt-Einschätzung

Telefon ist nur ein Spielzeug:

Als in London das Telefon eingeführt wurde, sagten die Kaufleute:

*„So etwas brauchen wir nicht.
Das ist ein Spielzeug für Kinder,
aber nichts für uns!“*

Schließlich war die englische Post sehr zuverlässig

und stellte innerhalb eines Tages die Briefe zu. Außerdem gab es Botenjungen, die für wenig Geld den Adressaten suchten und auch gleich eine Antwort mit zurückbrachten.

In Amerika war man dagegen

wesentlich optimistischer.

Der Bürgermeister von Seattle

sagte beispielsweise bei der Vorstellung:

*„Herr Bell, das ist eine wunderbare Erfindung.
Ich behaupte, in 100 Jahren wird jede
amerikanische Stadt ein Telefon haben.“*

Sie sehen also, wie falsch die Märkte

auch schon früher eingeschätzt wurden.

Beim Computer war es das gleiche:

Man glaubte, der Weltmarkt benötige nicht mehr als 40 bis 80 Stück.

Wer damals behauptet hätte,

jede Sekretärin bräuchte einen Computer zum Briefeschreiben,

wäre für verrückt erklärt worden.

Bei der Einführung des Autos

war die Einschätzung des Marktes

durch die Anzahl der Chauffeure begrenzt:

Man meinte, es könnten höchstens

70.000 Autos abgesetzt werden,

da es nicht mehr Chauffeure gab ...

(Dipl.-Betriebswirt Pero Mičić, Management-Berater und Buchautor, Eltville, aus seinem Buch „Auf der Suche nach den Märkten von morgen“)

Motivation

Wenn ein Mensch keinen Grund hat, etwas zu tun, so hat er mindestens einen Grund, es nicht zu tun!

(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen, aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf – Handel im Wandel“)

Gute Chefs verstehen es, die Eigen-Motivation ihrer Mitarbeiter zu fördern und zu unterstützen!

(Manfred Helfrecht, Begründer und Geschäftsführer des HelfRecht-Zentrums sowie Träger des Bundesverdienstkreuzes erster Klasse, Bad Alexandersbad)

Das Wort „*Motivation*“ kommt vom lateinischen Begriff „*movere*“, das heißt bewegen. Und Motivation bedeutet demnach jemanden „*bewegen*“.

Jede Form der Motivation umfasst drei Bereiche:

- **Motiv** (z.B. „*Hunger*“)
- **Verhalten** (z.B. „*Essen*“)
- **Ziel** (z.B. „*Sättigung*“)

Das Ergebnis jeder Motivation ist es, jemanden zu einem Ziel zu bewegen. Um jemanden erfolgreich zu einem Ziel bewegen zu können, muss dieses Ziel auch das Ziel der motivierten Person sein!

Doch welche Personen wollen wir motivieren?

- Motivation der eigenen Person?
- Motivation von anderen Menschen?

(Jürgen Höller, Gochsheim, Unternehmens-Berater und Motivations-Trainer, Autor zahlreicher Bestseller, Unternehmer des Jahres 1991, geb. 1963)

Merke:

Jemand, der andere motivieren möchte, muss selber motiviert sein!

Oder wie sagte schon Augustinus:

*„In dir muss brennen,
was du in anderen entzünden willst.“*

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Motivation

Die Grundlage für Motivation ist:

Ziele haben!

Denn der Grundstein jeglicher Art von Motivation besteht darin zu wissen, warum und für was ich motiviert sein soll.

Doch nur rund 1% aller Menschen besitzt überhaupt konkrete Ziele.
Die meisten Menschen wissen gar nicht, für was sie leben. Ist es dann erstaunlich, dass die Menschen nur noch für Geld arbeiten und froh sind, wenn die tägliche Arbeitszeit vorbei ist, um dann - motiviert - ihren Hobbys nachgehen zu können?

Viele Menschen investieren mehr Zeit in die Planung ihres Urlaubs als in die Planung ihres Lebens.
(Doch wer nicht weiß, wohin er will, der muss sich nicht wundern, wenn er ganz woanders ankommt!)

Es geht bei der Selbst-Motivation darum, dass Menschen erkennen, was ihre Berufung ist! Sie können nur wirklich motiviert und damit erfolgreich sein, wenn Sie absolut begeistert sind.
(Wenn Sie begeistert sind von Ihrem Produkt, von Ihrem Unternehmen, von Ihren Zielen und - von sich selbst!)

Leider haben wir nie gelernt, uns selbst und andere zu motivieren.
Wir lernen in der Schule lauter so wichtige Dinge, die wir ja auch heute noch täglich wieder benötigen ...!
(Wie lang ist der Nil? Wie groß ist Venezuela? Wie viel Einwohner hat Kanada? usw. ...)

Aber wie wir mit uns selbst und anderen umgehen können, das lernen wir in unserer Schulzeit leider nicht!

(Jürgen Höller, Gochsheim, Unternehmens-Berater und Motivations-Trainer, Autor zahlreicher Bestseller, Unternehmer des Jahres 1991, geb. 1963)

Motivation

Doch egal, welche Ziele Sie sich im Leben gesetzt haben:

Zur Erreichung Ihrer Ziele benötigen Sie immer die Hilfe anderer Menschen!

Wenn Sie andere Menschen für Ihre Ziele begeistern wollen, dann finden Sie die Motive anderer heraus und finden Sie dann eine Möglichkeit, wie Sie die Motive des anderen mit Ihren eigenen in Einklang bringen können.

1. Gehen Sie auf die Wünsche des anderen ein!

(Überlegen Sie immer:

Was ist das Motiv des anderen?)

2. Schenken Sie Lob, Dank und Anerkennung!

(Denn Lob, Dank und Anerkennung vermögen im anderen enorme Kräfte zu wecken!)

3. Kritisieren Sie den anderen möglichst wenig!

(Denn Kritik ist einer der schlimmsten Demotivations-Faktoren!)

4. Hören Sie zu!

(Denn wer anderen zuhört, wer ihre Ideen ernst nimmt, wird feststellen, dass die Motivation steigt!)

5. Seien Sie freundlich!

(Behandelt die Menschen so, wie ihr selber gern behandelt werden möchtet!)

Menschen möchten etwas mit ihrer Tätigkeit bewirken!

Wir alle möchten,

- dass das, was wir tun, Sinn hat und Sinn macht!
- dass unser Beruf auch unsere Berufung ist!
- dass wir uns selbst verwirklichen können!
- dass wir die Anerkennung und das Lob bekommen, das jeder Mensch so dringend braucht!

Merke:

Deshalb beginnt Motivation damit, die anderen nicht mehr zu demotivieren!

(Jürgen Höller, Gochsheim, Unternehmens-Berater und Motivations-Trainer, Autor zahlreicher Bestseller, Unternehmer des Jahres 1991, geb. 1963)

Motivation

Wie wünschen Sie sich, motiviert zu werden?

Durch Belohnen, Belobigen, Bestechen,
Bedrohen oder Bestrafen?

Oder gehören Sie zu denjenigen,

die man nicht motivieren muss?

Dann wären Sie in guter Gesellschaft.
Der überwiegende Teil der Mitarbeiter
definiert sich als motiviert
und möchte nicht manipuliert werden.

Dabei sind die Grenzen zwischen Manipulation

und Motivation fließend,
und meist ist es Ansichtssache,
was als Motivation und was als Manipulation
betrachtet wird.

Es ist deutlich zu unterscheiden zwischen

der Motivation, die die Eigensteuerung des Individuums
bezeichnet, und der Motivierung
als absichtsvollem Handeln eines Vorgesetzten
oder als dem Funktionieren von Anreiz-Systemen.

Motivierung ist und bleibt Fremd-Steuerung,

wie man es auch dreht und wendet,
es bleibt Manipulation!

Wenn Sie Mitarbeiter für unselbständig halten,

werden sie es sein!

Wer motiviert, wertet ab.

Er glaubt nicht an die Leistungs-Bereitschaft des anderen.

Und: Menschen neigen dazu, sich so zu verhalten,
wie sie glauben, dass es von ihnen erwartet wird.

(„*self-fulfilling prophecy*“ = *Vorhersagen,*
die ihre eigene Erfüllung verursachen.)

Deshalb heißt Führung mit Anreizsystemen

immer auch „*Ver-Führung*“ und schafft damit
automatisch das Gegenteil: „*Demotivation*“!

(Dr. Reinhard Sprenger, Management-Trainer und Lehrbeauftragter an den Universitäten
Berlin, Bochum, Essen und Köln sowie Autor zahlreicher Fachbücher und Fachartikel)

Motivation

In einem Buch, das vor rund 2300 Jahren geschrieben wurde und das der Management-Papst Peter Drucker als das beste bezeichnete, das je über Führung geschrieben wurde, fragt der Königssohn seinen weisen Vater, wie man am besten den Gehorsam seiner Soldaten erreiche.

„Nun, was meinst du?“

fragte der König den Sohn, und der antwortete:
„Den wirkungsvollsten Antrieb zum Gehorsam sehe ich darin, dass man den, der gehorcht, lobt und ehrt, während man den, der den Gehorsam verweigert, verachtet und bestraft.“

„Ja, mein Sohn“, sagte der König,

„das ist der Weg zum erzwungenen Gehorsam. Es gibt aber noch einen anderen, kürzeren Weg zum freiwilligen Gehorsam, der weit besser ist. Denn die Menschen gehorchen sehr gern jedem, von dem sie annehmen, dass er über alles, was ihnen nützlich ist, besser Bescheid weiß als sie selbst.“

Merke:

Es ist immer verkehrt, zu befehlen, wenn man des Gehorsams nicht sicher ist.

(Honoré Gabriel du Riqueti Mirabeau, frz. Publizist und Politiker, 1749-1791)

Einer der bekanntesten Top-Manager

des deutschsprachigen Raums, der lange Zeit an der Spitze eines der größten Unternehmen stand, sagte mir einmal während eines Abendessens:
„Wissen Sie, ich musste im Laufe meines Lebens einfach lernen, aus den höchstens 10% Erfolgs-Erlebnissen, die ich am Tag habe, so viel innere Kraft zu schöpfen, dass ich die 90% „Mist“, die täglich passieren, ertragen kann!“

(Prof. Fred Malik, Unternehmensberater und Mitinhaber des Management-Zentrums St. Gallen sowie Autor zahlreicher Fachbücher und Fachartikel)

Motivation

Motivations-Killer:

- Inkompetente Führungs-Kräfte
- Überheblichkeit und Arroganz
- Unfreundliches, autoritäres Verhalten
- Befehlston
- Ironie, Zynismus
- Kränkende Bemerkungen und Kritik vor anderen
- Beleidigende Vorwürfe
- Überzogene, destruktive Kritik
- Spöttische Anspielungen
- Nicht-Beachtung
- Leere Versprechungen
- Ungerechtigkeit
- Unklare Kompetenzen
- Kein eigener Verantwortungs-Bereich
- Kein Handlungs-Spielraum
- Gruppen-/Abteilungs-/Bereichs-Egoismen
- Einzelkämpfertum
- Unflexible Arbeits-Abläufe und Strukturen
- Starre, technokratische Denk-Schablonen
- Überzogene Bürokratie
- Perfektionismus, der keine Fehler zulässt
- Fehler-Vermeidungs-Strategie

Leistung ergibt sich immer aus dem

Zusammenspiel der drei Leistungs-Dimensionen:
Leistungs-Bereitschaft, Leistungs-Fähigkeit
und Leistungs-Möglichkeit.

Die Motivierung aber zielt ausschließlich
auf die Leistungs-Bereitschaft!

Zusammengefasst sieht das Menschenbild der Motivierung also etwa so aus:

1. Menschen sind tendenziell Leistungs-Verweigerer!
2. Menschen sind hierarchisch gestaffelte Bedürfnisbündel!
3. Menschen sind Reiz-Reaktions-Maschinen!

(Peter Pergl, PPI Ingenieurbüro für Unternehmensberatung)

Fazit:

Das System Motivierung verliert immer!

*(Dr. Reinhard Sprenger, Management-Trainer und Lehrbeauftragter an den Universitäten
Berlin, Bochum, Essen und Köln sowie Autor zahlreicher Fachbücher und Fachartikel)*

Motivation

Die Alternativen:

- Fordern statt verführen!
- Lassen statt machen!
- Quellen der Demotivation beseitigen!
- Rahmen-Bedingungen für individuellen Spielraum schaffen!
- Klare Vereinbarungen und Verantwortung!
- Anerkennung, Dank und Lob geben!
- Begeisterung und Optimismus vermitteln!
- Ziele vereinbaren!
- Informieren!
- Vertrauen!
- Erfolgs-Erlebnisse schaffen!
(Denn jeder Erfolg wirkt als Verstärker und macht Lust auf „mehr“!)
- Den Mitarbeiter mitgestalten lassen!
(Denn der qualifizierte Mitarbeiter von heute will Partner sein, nicht Untergebener.)
- Entscheidungen gemeinsam treffen!
(Denn in gemeinsam getroffenen Entscheidungen steckt eine enorme Motivations-Kraft!)

Führungs-Kräfte haben das Recht und die Pflicht, klare Forderungen zu stellen, Vereinbarungen zu treffen und diese zu kontrollieren.

Führungs-Kräfte haben das Recht und die Pflicht, auf Einhaltung von Vereinbarungen und Verantwortung zu bestehen sowie Leistung auf der Grundlage definierter Ziele zu verlangen.

Führungs-Kräfte haben das Recht und die Pflicht, bei Nicht-Einhaltung von Absprachen offen zu konfrontieren und zu kritisieren. Sie haben das Recht, Konsequenzen in die Wege zu leiten. Führungs-Kräfte haben die Aufgabe nachzuforschen, wieso die vereinbarte Leistung nicht erbracht wurde, und Änderungen einzuleiten.

(Dr. Reinhard Sprenger, Management-Trainer und Lehrbeauftragter an den Universitäten Berlin, Bochum, Essen und Köln sowie Autor zahlreicher Fachbücher und Fachartikel)

Motivation

Motivieren kann man nicht durch Reden,
sondern nur durch Tun!
Begeisterung kann man nicht anordnen.
Man kann sie erzeugen, indem man alles,
was sie behindert, entfernt!

Sorgen Sie dafür,
dass sowohl die Leistungs-Fähigkeit
als auch die Leistungs-Möglichkeit der Mitarbeiter
optimal sind. Das motiviert am stärksten!

Das Vermeiden von Demotivation,
also das Unterlassen von Handlungen bzw.
der Abbau von Strukturen und Abläufen,
die die Menschen in einem Unternehmen
demotivieren (= „*Motivations-Killer*“),
ist meist wichtiger als aktive Motivation
im Sinne von aktiven Handlungen
(*Incentives, Zuwendungen etc.*).
Hier stecken 95% des brachliegenden Potenzials,
in der aktiven Motivation nur 5%.

Materielle Anreize
(*Geld, Incentives, Geschenke etc.*)
haben den großen Nachteil,
dass ihr Reiz allzu schnell nachlässt.

Weder ein hohes Gehalt
noch Incentives bringen den Schub!
Vielmehr sind es Arbeitsfreude, eigener Erfolg
und ein funktionierendes Arbeitsumfeld!
(*Angemessene materielle Faktoren sind stabilisierend,*
aber eben nicht entscheidend!)

Stellen Sie sich doch selbst einmal die Frage:
Für wie viel Geld würden Sie etwas tun,
was sie absolut nicht wollen,
weil es Ihnen total widerstrebt?
Wahrscheinlich wollten Sie dafür sehr viel Geld haben -
wenn Sie es überhaupt tun!

(Jürgen Höller, Gochsheim, Unternehmens-Berater und Motivations-Trainer,
Autor zahlreicher Bestseller, Unternehmer des Jahres 1991, geb. 1963)

Naturgesetze

Naturgesetze (Prinzipien, Grundregeln)

sind der Schlüssel zum Erfolg!

(Erfolg haben heißt auch Geduld haben.

*Ändere so lange deine Strategie -
bis der Erfolg sich einstellt!)*

Alle Naturgesetze sind neutral!

Sie wirken immer, überall und nehmen

auf niemanden Rücksicht!

(Wer gegen die Naturgesetze verstößt,

*wird automatisch irgendeinen Schaden davontragen.
Früher oder später!)*

Alles auf dieser Welt beruht auf Polarität!

Das ist ein Natur-Gesetz!

Ohne Nordpol gibt es keinen Südpol,

ohne heiß gibt es kein kalt,

ohne schnell gibt es kein langsam,

ohne klein gibt es kein groß usw. ...

Es gilt nicht die Widersprüche zu eliminieren,

sondern den Ausgleich und die Balance

von den extremen Polen zu finden!

Das Gesetz der Polarität besagt auch:

Ein Mensch kann niemals mehr vom Leben bekommen,
als er auch bereit ist zu geben!

(Das ist ein Naturgesetz!)

Jede Masse setzt infolge ihrer Trägheit

einer Bewegungs-Änderung Widerstand entgegen!

Newton erkannte:

Je größer die Masse ist,

desto größer muss die Kraft sein,

um eine bestimmte Beschleunigung hervorzurufen!

(Auch das ist ein Naturgesetz!)

*(Prof. h.c. Wolfgang Mewes, Mannheim, Begründer der EKS-Strategie, verzeichnet ca. 160.000
Lehrgangs-Teilnehmer und erhielt zahlreiche Auszeichnungen wie zum Beispiel das
Bundesverdienstkreuz am Bande und die Verdienstmedaille, geb. 1924)*

Nutzen bieten

In der Nutzen-Orientierung liegt der Sinn des Lebens und die eigene Chance!

(Prof. h.c. Wolfgang Mewes, Mannheim, Begründer der EKS-Strategie, verzeichnet ca. 160.000 Lehrgangs-Teilnehmer und erhielt zahlreiche Auszeichnungen wie zum Beispiel das Bundesverdienstkreuz am Bande und die Verdienstmedaille, geb. 1924)

Wer nichts für andere tut, der tut auch nichts für sich.

(Johann Wolfgang von Goethe, dt. Dichter, 1749-1832)

Alles, was du willst, das die Menschen dir tun, das tue ihnen zuvor! (Denn du kannst nie mehr vom Leben bekommen, als du bereit bist, zuvor zu geben!)

Im Prinzip brauchst du gar nichts anderes zu tun als geben, geben und immer nur geben. Du kannst nicht verhindern, dass es zurückkommt!

Wenn es dir gut gehen soll, dann biete anderen einen Nutzen. Je mehr du deine Kraft und Mittel auf den Nutzen für andere ausrichtest, um so größer sind dein Nutzen und somit deine Zufriedenheit, Erfolg, Ansehen, Image, Gesundheit, Lebensfreude usw. ... (Das ist ein Naturgesetz!)

Durch Nutzenbieten attraktiver als alle anderen zu werden ist auch mit der Herausforderung verbunden, sich permanent selbst zu übertreffen!

*(Manfred Helfrecht, Begründer und Geschäftsführer des HelfRecht-Zentrums
sowie Träger des Bundesverdienstkreuzes erster Klasse, Bad Alexandersbad)*

Unproduktive Menschen haben in der mittelständischen Wirtschaft gar keine Chancen: Sie werden sehr schnell erkannt und sind für ein Unternehmen, das sich in harter Konkurrenz behaupten muss, nicht finanzierbar. Wer also nach finanziellem Erfolg strebt, muss etwas leisten, etwas bieten, das anderen nützt, das andere haben wollen. (Wer nach Erfolg strebt, muss etwas leisten, was anderen nützt!)

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Pareto-Prinzip

Mit 20% unserer Zeit (*Aktivitäten*) vollbringen wir 80% unserer Leistungen (*Ergebnisse*).

Dieser als Pareto-Prinzip bezeichnete Grundsatz geht auf den italienischen Volkswirtschaftler Vilfredo Pareto (1848-1923) zurück, der die Erscheinungen seiner Zeit vor allem aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten untersuchte.

So fand Pareto heraus, dass sich im Italien des 19. Jahrhunderts 80% des Besitzes in den Händen von lediglich 20% der Einwohner des Landes befanden.

Das Pareto-Prinzip lässt sich auch auf viele andere Lebensbereiche übertragen.

- 80% des Umsatzes werden in der Regel von lediglich 20% der Kunden getätigt.
- 80% des Ausschusses sind auf nur 20% der Möglichkeiten für Produktions-Fehler zurückzuführen.
- 80% der Beschlüsse in Besprechungen werden in nur 20% der Besprechungs-Zeit vollzogen.
- 20% der Produkte bringen 80% des Gewinns.
- 20% der Mitarbeiter verursachen 80% der Fehltage usw. ...

Das heißt, mit 20% des Zeitaufwandes erzielen Sie bereits 80% der Ergebnisse, wenn Sie Ihre Aktivitäten auf die strategisch wichtigen Punkte konzentriert haben.

Fazit:

Wenn wir unsere Ziele kennen und darüber nachdenken, welche Aktivitäten den Zielen dienlich sind und welche nicht, dass wir dann ganz enorm an Zeit gewinnen bzw. diese Zeit für andere Dinge nutzen können.

(Josef Schmidt, Bayreuth, Begründer des Schmidt-Colleg und Autor zahlreicher Fachbücher, Lehrvideos und Fachartikel)

Persönlichkeits- Entwicklung

Wer über sich selbst und die
Persönlichkeits-Struktur anderer nachdenkt,
erhöht automatisch seinen eigenen Horizont
und somit auch seine Kompetenz.

*(Die Frage nach der erfolgreichen Persönlichkeit
ist so alt wie die Menschheit.*

*Die bekannte „eierlegende Wollmilchsau,
Version tieftauchfähig und höhenerfahren“
gibt es bekanntlich nicht!*

*Erfolgreiche Menschen haben es jedoch
geschafft, ihr inneres Potenzial und ihr äußeres
Verhalten miteinander in Einklang zu bringen.
Sie sind ganz sie selbst und versuchen nicht,
bewusst oder unbewusst Rollen zu spielen,
die ihnen nicht passen.*

*Erfolgreiche Menschen entwickeln ihren ganz
persönlichen Verhaltens-Stil.
Sie kennen ihre Stärken sowie ihre Grenzen
und wissen damit so umzugehen,
dass sie auch kritische Situationen oder Konflikte
in Beruf und Partnerschaft souverän meistern.)*

**Persönlichkeits-Entwicklung beginnt immer
mit der Selbsterkenntnis!**
Die Grundlage jedes Persönlichkeits-
Entwicklungsprozesses ist also das Selbstbewusstsein.
Man muss sich seiner Erfolge und Misserfolge,
seiner Stärken und Schwächen, seiner Ziele
und Aufgaben, seiner Wertvorstellungen
und Einstellungen bewusst sein!

*(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)*

Merke:

**Die Persönlichkeit zeigt sich darin,
wie man sich in bestimmten Situationen verhält!**

*(Erfolgreiche Menschen kennen ihre Persönlichkeits-
Struktur und ihre Verhaltens-Tendenzen!)*

*(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und
Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)*

Persönlichkeits- Entwicklung

Die fünf Stufen der Persönlichkeits-Entwicklung für jede Art von Spitzen-Leistungen!

Stufe 1. Selbstbewusstsein

Stufe 2. Selbstdisziplin

Stufe 3. Selbstkontrolle

Stufe 4. Selbstvertrauen

Stufe 5. Selbstverwirklichung

*(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)*

Ohne Bewusstsein seiner selbst,

z.B. seiner Erfolgs- und Misserfolgs-Ursachen,
kann man nicht weiterkommen!

Auf diese Weise kann man weder seine Erfolge
wiederholen noch seine alten Fehler vermeiden.
Man wird weiter vom Zufall oder von der Gunst
der Stunde abhängig sein!

Genau das Gegenteil strebt die

Persönlichkeits-Entwicklung an.

Erfolgreiche Menschen haben Kontrolle über ihr Tun!

Sie sind in der Lage, eine Situation zu analysieren
und entsprechende Strategien zu entwickeln.

Merke:

**Nur wenn die Persönlichkeits-Struktur
mit dem erlernten Verhalten übereinstimmt,
nur dann wirkt ein Mensch echt!**

(= Authentisch und glaubwürdig.)

*(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und
Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)*

Ein altes chinesisches Sprichwort sagt:

*„Bevor du dich daran machst, die Welt zu verändern,
gehe dreimal durch dein eigenes Ich.“*

Letztlich werden wir auf die eigene Person
zurückgeworfen. Wir haben es nicht in der Hand,
den anderen zu verändern. Sicher können wir Einfluss
nehmen, andere belehren oder sie sogar zu etwas zwingen,
verändern können wir aber immer nur
uns selbst. Indem wir uns verändern,
verändern wir automatisch auch das Umfeld
und unsere Beziehungen zu anderen Menschen.

*(Holger Münter, Baesweiler, Diplom-Pädagoge und Trainer der Bereiche Kommunikation,
Führung und Verkauf sowie Autor vieler Fach-Artikel)*

Positives Denken

Wer denkt oder sagt:

„*Ich kann nicht!*“,
der setzt sich nur selbst Grenzen!

Denken Sie an die Hummel:

Die Hummel hat eine Flügelfläche
von 0,7 Quadratcentimetern,
bei 1,2 Gramm Gewicht.

Nach den bekannten Gesetzen

der Flugtechnik ist es unmöglich,
bei diesen Verhältnissen zu fliegen.

Die Hummel weiß das nicht,

... *Sie fliegt einfach!!!*

Deshalb ...

- **Werden Sie sich bewusst,**
welche inneren Dialoge bei Ihnen ablaufen.
- **Denken Sie daran:**
Sie entscheiden,
wie Ihr innerer Dialog abläuft.
- **Negativen Gedanken,**
die Ihnen weismachen wollen,
dass Sie Ihre Ziele nicht erreichen werden,
gebieten Sie mit einem geistig gesprochenen
„*Stop!*“ sofort Einhalt.
- **Ersetzen Sie den negativen Gedanken**
durch eine positive Formulierung.
- **Stellen Sie sich vor, wie es sein wird,**
wenn Sie Ihr Ziel erreicht haben,
zum Beispiel, wie Sie das Incentive gewonnen haben
oder wie Sie die Beförderungs-Urkunde
vom Geschäftsführer erhalten.

Merke:

Du bist, was du denkst!

*(Glauben Sie an Ihre Träume!
Denn Träume haben die Tendenz,
sich zu verwirklichen,
wenn man nur intensiv daran glaubt!)*

(Quelle unbekannt)

Problem-Lösungen

Das Kunststück besteht bekanntlich nicht
darin, dass man mit dem Kopf durch die Wand rennt,
sondern dass man mit den Augen die Tür findet.

(Georg von Siemens, deutscher Bankier, 1839-1901)

Erfolgreich sein heißt: Probleme zu lösen!

(Probleme sind Chancen!

*Und je mehr Chancen ein Mensch nutzt,
um so besser lernt er, Probleme zu lösen.*

*Und je besser ein Mensch gelernt hat,
Probleme zu lösen,
um so mehr Anerkennung erhält er!)*

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

**„Ich weinte, weil ich keine Schuhe hatte,
bis ich einem Mann begegnete,
der keine Füße mehr hatte.“**

So lautet ein persisches Sprichwort,
das verdeutlicht, dass die Feststellung,
ob „etwas“ ein Problem ist oder nicht,
eine äußerst relative Sache darstellt.

Wer Probleme als zu lösende Aufgaben
und als Herausforderungen begreift,
der wird seinen Problemen offener entgegenreten!
Es ist immer eine Chance zur persönlichen
und auch zur beruflichen Weiterentwicklung.

Oft wird mit dem Wort „Problem“
gleich etwas Negatives verbunden.

Problem heißt aber auch

„Veränderung und Chance zu Wachstum“!

*(Jürgen Höller, Gochsheim, Unternehmens-Berater und Motivations-Trainer,
Autor zahlreicher Bestseller, Unternehmer des Jahres 1991, geb. 1963)*

Das Wort „Problem“ würde ich im
Unternehmen am liebsten verbieten.
Probleme machen Angst.

Wer statt dessen „Aufgabe“ sagt, schafft Mut!

(Herbert Gienow, Vorstands-Vorsitzender bei Klöckner)

Problem-Lösungen

Probleme

- = zu lösende Aufgaben
- = interessante Situationen
- = Herausforderungen
- = Chancen

Sie sollten wissen:

Ganz egal, in welcher Situation Sie sich selbst befinden -
Sie haben immer Probleme!

(Entschuldigung - zu lösende Aufgaben!)

Aber Sie sollten auch wissen:

Ihr Erfolg ist abhängig von der Menge
der gelösten Probleme!

Denn erfolgreich zu sein bedeutet,
ein Problem-Löser zu sein.

Jedes Problem, das Sie gelöst haben,

ist wie eine Treppenstufe,
die Sie auf dem Weg zum Erfolg
bewältigt haben.

Probleme sind deshalb immer eine Chance,
daran zu reifen, zu wachsen und uns zu entwickeln!

*(Jürgen Höller, Gochsheim, Unternehmens-Berater und Motivations-Trainer,
Autor zahlreicher Bestseller, Unternehmer des Jahres 1991, geb. 1963)*

Probleme weisen den Weg!

Probleme sind kein Zeichen von Schwäche,
sondern ein Zeichen dafür,
dass wir gebraucht werden.

*(Seien Sie froh, dass Sie Probleme haben
- was sollten Sie sonst den ganzen Tag machen?)*

Merke:

**Wenn du nicht Teil der Lösung bist,
dann musst du Teil des Problems sein!**

*(Bin ich eigentlich jemand, der Probleme macht,
oder bin ich jemand, der Probleme löst?)*

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Problem-Lösungen

Unser Denken und Handeln schafft Probleme,
die wir auf der gleichen Denk-Ebene
nicht lösen können.

*(Albert Einstein, dt.-amerikanischer Physiker; stellte die Relativitätstheorie auf,
mit der er die Massenanziehung (Gravitation) erklärte.
Nobelpreis 1921 für die quantenmäßige Deutung des lichtelektrischen Effekts, 1879-1955)*

Die Explosion des Wissens

macht es dem einzelnen immer schwerer,
den vielfältigen Überblick zu wahren.
Geschweige denn Sachfragen eindeutig
zu beantworten oder vielschichtige Probleme
allein zu lösen!

Das Erarbeiten der Problem-Lösungen

im Alleingang ist zwar oft möglich,
aber dann meistens mit längerer Einarbeitung
in die Thematik verbunden!

Der andere Weg:

das kreative Lösen von Problemen
im und durch das Team.

Der erste Schritt,

Probleme kreativ zu lösen, besteht darin,
Probleme gedanklich anders anzugehen.
Dafür müssen die organisatorischen und strukturellen
Bedingungen im Arbeitsumfeld geschaffen werden,
und zwar so, dass sich Mitarbeiter auch zu kreativen
Problemlösern entwickeln können!

Denken Sie bei der Lösung immer

auch über ungewöhnliche Lösungen nach.
Denn oftmals ist Ihr Problem mit den Lösungen,
die Sie bisher in Ihrem Leben gefunden haben,
nicht lösbar!

Fazit:

**Probleme lösen heißt also,
bisherige Denkrillen zu verlassen!**

*(Jürgen Höller, Gochsheim, Unternehmens-Berater und Motivations-Trainer,
Autor zahlreicher Bestseller, Unternehmer des Jahres 1991, geb. 1963)*

Qualität

Die Qualität unseres Lebens

hängt stets davon ab, wie die Qualität unserer Gedanken und unserer Handlungen ist!

(Josef Schmidt, Bayreuth, Begründer des Schmidt-Colleg und Autor zahlreicher Fachbücher, Lehrvideos und Fachartikel)

Qualität ist die Voraussetzung

für einen langfristigen Erfolg, deshalb müssen wir:

- Qualität beweisen
- Qualität denken
- Qualität entwickeln
- Qualität essen
- Qualität konstruieren
- Qualität können
- Qualität leben
- Qualitäts-Produkte einkaufen und verkaufen
- Qualität produzieren
- Qualität sichern
- Qualität trainieren
- Qualität verbessern

Qualität ist deshalb auch,

wie sich der Kunde behandelt fühlt.

„*Wer nicht lächeln kann,*

soll kein Geschäft aufmachen!“ sagen die Chinesen.

Gewiss verdient doch der, von dessen Geld wir leben, zuallererst unsere Freundlichkeit und unsere volle Aufmerksamkeit = Zuwendung!

Wissen und fühlen, was der Kunde will,

ist die Erfolgs-Regel Nummer eins für jede Leistung.

Bemühen Sie sich stets um Qualität.

Schrauben Sie Ansprüche an sich selbst so hoch wie möglich. Helfen Sie Ihren Kollegen, wenn es brennt.

Das fördert den Teamgeist aller und kommt Ihnen sicher zugute, wenn auch Sie einmal Hilfe brauchen.

Versuchen Sie, fachlich immer „*up to date*“ zu sein.

Nutzen Sie Fachliteratur und Fortbildungs-Möglichkeiten.

Wer hier die Nase vorn hat,

hat sie auch im Ansehen vorn.

(Quelle unbekannt)

Qualität

„Made in Germany“

Die Geschichte dieses Etiketts ist tatsächlich eine Ironie der Welt-Geschichte. Was ursprünglich als eine Kennzeichnung gegen Marken-Piraten gedacht war, um deutsche Produkte für die englische Kundschaft madig zu machen, hat sich in sein Gegenteil verkehrt.

„Made in Germany“ wurde zum Gütesiegel für hochwertige Erzeugnisse.

So sehr übrigens, dass sich heute die deutsche Wirtschaft gegen Produkt-Piraterie wehren muss.

Sie schätzt nämlich, dass durch Produkt-Piraten jährlich ein Schaden von 250 Milliarden Euro entsteht.

(Quelle unbekannt)

Alles lässt sich besser machen,
als es bisher gemacht worden ist.

(Henry Ford, amerikanischer Industrieller, 1863-1947)

Vielleicht kennen Sie die Geschichte von dem reichen Mann, der eines Tages seinen Diener zu sich rufen lässt und ihm sagt:

*„Ich verlasse das Land jetzt für ein Jahr,
und ich bitte dich, in dieser Zeit im Nachbarort ein
neues Haus zu bauen. Baue es ordentlich und stabil.
Wenn ich zurückkomme, werde ich dich für deine
Arbeit entlohnen!“*

Kaum war der Herr weg, dachte sich der Diener,
es sei dumm, hart zu schuftem.

Er beschloss, es mit dem Material und der Arbeit nicht so genau zu nehmen, sondern sich, im Vorgriff auf den zu erwartenden Lohn, schon jetzt ein schönes Leben zu machen. Als der Herr zurückkam, fragte er den Diener:

„Bist du zufrieden mit dem neuen Haus?“

Und als er die Frage bejahte, sagte der Herr:

„Das ist gut so, denn dein Lohn ist das Haus.“

Es ist jetzt deins!

Du kannst den Rest deines Lebens darin verbringen.“

(Gerhard Reichel, Forchheim, Rhetorik- und Management-Trainer sowie Autor zahlreicher Fachbücher, aus seinem Buch „Der Indianer und die Grille“)

Selbsterkenntnis

Nur wenn der Mensch sich selber erkennt
und in seinem „*So sein*“ akzeptiert,
kommt er zur optimalen inneren Freiheit
und Entwicklung.

*(Sich selbst zu erkennen, in seinen Wesens- und
Charakterzügen, in seinen Veranlagungen,
Talenten und Begabungen, ist der beste Weg
zu einer persönlichen Höherentwicklung.)*

Es ist nie ungefährlich,
die Tiefe des Unterbewusstseins seiner
Vergangenheit zu erforschen.
Davor hat schon C.G. Jung
die Psycho-Therapeuten gewarnt!
Deshalb trainiere man sich lieber ein
erfolgsbezogenes Verhaltens-Modell an!
Denn das ist ungefährlich und funktioniert
fast immer!

*(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und
Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)*

Trennen Sie nicht Geschäft und Privat!
Sie würden das Ganze teilen.
Ihr Geschäft entspricht langfristig Ihrem
eigenen Leben, wie Sie es gestalten!

*(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und
Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)*

Ein chinesischer Philosoph,
den man um die Protektion beneidete,
die ihm der kaiserliche Hof gewährte,
antwortete gelegentlich auf die an ihn gestellten
Fragen mit einem demütigen „*Ich weiß es nicht*“.
Das wurde einmal mit der Bemerkung quittiert:
„*Aber der Kaiser bezahlt Euch für das,
was ihr wisst.*“ „*Gewiss*“, erwiderte der Philosoph!
„*Würde man mich für das bezahlen,
was ich nicht weiß, so würde aller Reichtum
des Imperiums nicht ausreichen!*“

(Quelle unbekannt)

Man darf das Schiff nicht
an einen einzigen Anker
und das Leben nicht
an eine einzige Hoffnung binden!

(Epiktet, griechischer Philosoph, um 50-138 n. Chr.)

Veränderungen

Man hat kein Recht, etwas zu verändern,
ohne Besseres zu schaffen, ohne höhere Werte
zu produzieren als zuvor vorhanden waren!

*(Carl Huter, genialer Naturforscher und Philosoph,
Begründer der wissenschaftlichen Psycho-Physiognomik, 1861-1912)*

Aus Angst vor der Ungewissheit

halten viele Menschen an alten Gewohnheiten fest.
*(Durch diese innere Spannung entsteht oft ein
Leidensdruck, der bis hin zu tiefen persönlichen
Krisen führen kann!)*

Merke:

**Jeder Vorschlag, der von einem anderen
eine Verhaltens-Änderungen erwartet,
erzeugt automatisch Widerstand!**

*(... und Widerstand ist Angst vor dem Neuen,
denn anderes Verhalten bringt stets Unbekanntes.)*

Menschen sind nur dann bereit,

ihr Verhalten zu verändern, wenn die Konsequenzen des
bisherigen Verhaltens negativer sind,
als die Schmerzen einer Verhaltens-Änderung!

... Oder anders ausgedrückt:

Es kehrt sich nichts ins Gegenteil,
bis nicht der äußerste Punkt
des bisherigen Verhaltens erreicht ist!

Der Geist ist willig, aber das Fleisch ist schwach.

*(Wir alle kennen die große Diskrepanz zwischen
Einsicht und Handeln!)*

Veränderungen sind wie Expeditionen.

Was einem unterwegs alles passiert, ist nicht planbar!
Man kann immer nur die grobe Richtung bestimmen:
Antarktis oder Sahara!

(Klaus Doppler, Psycho-Analytiker und Berater)

Merke:

**Nichts ändert sich,
außer wir ändern uns!**

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Verkaufen

Verkauf von Ideen:

Erfolgreiche Verkäufer verkaufen keine Ware,
sondern die Idee und den Nutzen hinter der Ware.

Man verkauft nicht:

Sondern eine Idee, wie z.B.:

Möbel	(= <i>Bequemlichkeit, Gesundheit</i>)
Haarwasser	(= <i>Gepflegtheit</i>)
Kleidung	(= <i>Selbstwertgefühl</i>)
Pauschalreisen	(= <i>Ferienielerlebnisse, Sehnsucht</i>)
Versicherungspolicen	(= <i>Sicherheit</i>)
Autos	(= <i>Status, Image, Wertgefühl</i>)
Bohrmaschinen	(= <i>Löcher</i>)
Armbanduhr	(= <i>Status</i>)

Verkauf von Erlebnissen:

Erfolgreiche Verkäufer schaffen eine Erlebniswelt!
In einer Zeit, in der die Produkte immer austauschbarer
und die Preiskämpfe immer härter werden,
gewinnt der Erlebniskauf zunehmend an Bedeutung.

Jedes Verkaufs-Gespräch birgt also die Chance,
zum Erlebnis zu werden.

*(Deshalb müssen wir uns immer wieder fragen:
Was können wir tun, damit wir unsere Kunden
täglich neu begeistern?)*

Erfolgreich verkaufen heißt deshalb:
die Welt mit den Augen unserer Kunden sehen!

Merke:

**Erfolg im Verkauf ist weniger eine Frage
des Wissens als des richtigen Verhaltens!**
*(90% der Verkaufs-Gespräche scheitern an Verhaltens-
Fehlern, und nur 10% scheitern am Fachwissen.)*

(Josef Frommer, Verkaufs- und Management-Trainer, verstorben 1996)

Verkaufen, das ist die sensible Kunst,
Menschen anzusprechen,
ihre Bedürfnisse zu diagnostizieren,
ihnen ein bestmögliches Angebot zu machen,
sie zu begeistern, sie dahin zu bringen,
dass sie das Angebotene wirklich besitzen wollen.

*(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen,
aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf - Handel im Wandel“)*

Verkäufer

Ein guter Verkäufer muss zuhören können.

Nicht nur reden, sondern zuhören,
zwischen den Zeilen lesen, nachvollziehen,
was der Kunde meint, fragen,
zum Weitersprechen ermuntern.
Er muss heraushören, was der Kunde sucht.

Und der Verkäufer muss genau hinsehen können.

Er muss sehen, was für einen Kunden er vor sich hat.
Genau Hinsehen, genaues Beobachten auch von
Kleinigkeiten erspart dem Verkäufer einen Fehlstart
und manch einen Fauxpas.

Schließlich und endlich muss der Verkäufer

ausdrücken können, was er meint.
Er muss es so sagen können,
dass der Kunde ihn versteht.
Er muss es so sagen können,
dass er den Kunden überzeugt.
Dazu braucht er die Dialektik.

Er ist engagiert, freundlich, hört zu,

spricht und denkt wie der Kunde,
bestätigt das, was er wichtig nennt.
Und macht ihn noch auf viele gute Seiten
des Produkts aufmerksam.

Er stellt sich auf die Seite des Kunden.

Er macht sich zu dessen Verbündeten,
ohne dabei die eigenen Interessen
des Unternehmens aus den Augen zu verlieren.

Der Kunde sagt sich:

*„Dem kann man glauben. Der versteht mich.
Der versteht was von seiner Sache.
Das ist mein Verkäufer!“*

Der Verkäufer gibt ihm das Gefühl,

sich richtig entschieden zu haben.
Gute Produkte haben viele. Das gute Gefühl geben
nur die richtig guten Verkäufer ihren Kunden.

(Wolfgang Denz, Management- und Verkaufs-Trainer, Hagen,
aus seinem Buch „Erfolgsfaktor Verkauf – Handel im Wandel“)

Verkäufer

Egal ob Sie eine Dienstleistung oder ein Produkt verkaufen. Aus der Sicht Ihres Kunden stellen Sie das Unternehmen dar!

Was muss ein guter Verkäufer alles sein bzw. haben?

Ihre Antworten könnten sein:

- gut zuhören können!
- Interesse zeigen!
- höflich sein!
- sauber und adrett!
- gute Unterlagen präsentieren!
- komplette Unterlagen präsentieren!
- Probleme erfragen!
- Probleme erkennen!
- wenig über das Produkt, sondern vom Nutzen erzählen!
- in Bildern sprechen!
- in Beispielen sprechen!

Der heutige Verkäufer ist nicht nur ein Verkäufer für Produkte oder Dienstleistungen - nein, der heutige Verkaufsprofi muss sein:

- ein Marketing-Experte
- ein Anwendungs-Fachmann
- ein Trend-Analyst
- ein Gewinn-Maximierer
- ein Berater

und das alles in einer Person!

Und jetzt das Wichtigste:

Ihr Kunde und auch Sie haben Bedürfnisse, die in einem erfolgreichen Verkaufs-Gespräch mit seinen Wechsel-Wirkungen befriedigt werden.

Anders ausgedrückt:

Soll ein Verkaufs-Abschluss erfolgreich sein, dann müssen die Bedürfnisse des Käufers und des Verkäufers völlig befriedigt werden!

(Josef Frommer, Verkaufs- und Management-Trainer, verstorben 1996)

Werbung

Die 130 unausgesprochenen Fragen eines Kunden!

**Wer überzeugender präsentiert -
der hat mehr Erfolg!**

Deshalb ist es wichtig, einerseits dem Kunden die Präsentationen optisch überzeugend zu überreichen, und andererseits sollten aus dem Angebot die Antworten auf die ca. 130 unausgesprochenen Fragen eines Kunden hervorgehen.

Jede unausgesprochene Frage,
die nicht im voraus beantwortet wird, führt zu Missverständnissen, Rückfragen, Zeitverlust, Diskussionen usw. ...

Die folgenden Fragen sind ein Beispiel dafür,
welche ständigen Grund-Fragen Ihre Zielgruppe hat, unabhängig davon, welches Produkt Sie anbieten!

- *Woher kommt dieser Brief?*
- *Was wird in diesem Kuvert sein?*
- *Wer schreibt diesen Brief?*
- *Wer unterschreibt?*
- *Woher hat er meine Adresse?*
- *Kenne ich den Absender?*
- *Was weiß er von mir?*
- *Warum schreibt er gerade mir?*
- *Welchen Vorteil bietet er heute?*
- *Soll ich den Brief überhaupt lesen?*
- *Habe ich überhaupt Bedarf?*
- *Wie habe ich diesen Bedarf bisher gelöst?*
- *Welchen Vorteil bietet er gegenüber bisher?*
- *Wer beweist das?*
- *Ist das etwas für mich?*
- *Wie kann ich mich persönlich überzeugen?*
- *Was soll ich konkret tun?*
- *Was passiert nach meiner Reaktion?*
- *Muss ich etwas Bestimmtes auswählen?*
- *Muss ich etwas unterschreiben?*
- *Muss ich etwas frankieren?*
- *Was sagt mein Chef dazu?*
- *Was sagt die Familie dazu?*
- *Hat die Antwort noch Zeit?*
- *Was passiert, wenn ich nicht reagiere?*
- *Soll ich mit jemandem sprechen?*
- *Kann ich das alles wegwerfen?*
- *Muss ich es aufheben?*
- *Soll ich es später noch mal lesen?*
- *Habe ich das alles schon einmal gehabt?*
- *Was steckt dahinter?*
- *Wo ist der Haken?*
- *Wer ist das Unternehmen?*

(Fortsetzung nächste Seite ...)

Werbung

Fortsetzung der 130 unausgesprochenen Fragen eines Kunden

- *Wer ist persönlich für mich zuständig?*
- *An wen könnte ich mich wenden?*
- *Bringt mir das wirklich etwas Neues?*
- *Was kostet mich dieser Vorteil?*
- *Ist dieser Vorteil den Preis wert?*
- *Wie hoch ist die Umschlag-Geschwindigkeit?*
- *Gibt es gesetzliche Vorschriften?*
- *Welche Qualitäts-Garantie gibt es?*
- *Wer kontrolliert die Qualität?*
- *An wen wende ich mich bei Reklamationen?*
- *Was kostet das Produkt?*
- *Wie ist es zu zahlen?*
- *Kann ich es mieten oder leasen?*
- *Wie lang ist die Lieferzeit?*
- *Was muss ich vorher noch entscheiden?*
- *Welche Angaben brauche ich zur Bestellung?*
- *Was geschieht mit meinen Daten?*
- *Wie lange läuft der Vertrag?*
- *Wie kann ich wieder kündigen?*
- *Welche Verpflichtungen gehe ich ein?*
- *Welches Risiko gehe ich ein?*
- *Welche Sicherheiten werden geboten?*
- *Passt das Produkt in mein Sortiment?*
- *Soll ich jetzt reagieren oder erst später?*
- *Gibt es Ersatz-Lösungen?*
- *Ist das Produkt umweltfreundlich?*
- *Ist es gesund?*
- *Wie viel Energie braucht dieses Produkt?*
- *Wie hoch sind die Reparatur-Kosten?*
- *Wie hoch sind die Betriebs-Kosten?*
- *Was kosten Ersatzteile?*
- *Wo bekomme ich Ersatzteile?*
- *Wer baut die Ersatzteile ein?*
- *Was kann ich selbst basteln und bauen?*
- *Was sagt mein Anwalt dazu?*
- *Werden die Zinsen fallen oder steigen?*
- *Was erlebe ich später als Besitzer?*
- *Nützt das meiner eigenen Karriere?*
- *Nützt es meiner Firma?*
- *Wann hat sich das Produkt amortisiert?*
- *Ab wann verdiene ich damit Geld?*
- *Welche Handels-Spanne bleibt mir?*
- *Welche Frachtkosten entstehen?*
- *Was bekomme ich zusätzlich als Geschenk oder Prämie?*
- *Was mache ich mit der Ware, wenn sie mir nicht gefällt?*
- *Wie schicke ich sie zurück?*
- *Wie verpacke ich die Rücksendung?*
- *Wie bekomme ich mein Geld zurück?*

(Fortsetzung nächste Seite ...)

Werbung

Fortsetzung der 130 unausgesprochenen Fragen eines Kunden

- *Wie wird berechnet?*
- *Wann wird berechnet?*
- *Wer betreut mich persönlich?*
- *Wie weit ist die Firma von mir entfernt?*
- *Wo kann ich das Produkt vorher anschauen?*
- *Welche Probezeit wird mir eingeräumt?*
- *Welche Größe ist für mich richtig?*
- *Wie formuliere ich meine Bestellung?*
- *Was muss ich vorher noch entscheiden?*
- *Gibt es eine bessere Lösung als diese?*
- *Aus welchem Material besteht das Produkt?*
- *Welche Lebensdauer kann ich erwarten?*
- *Welche Verschleißteile enthält es?*
- *Wie hoch sind die Folgekosten?*
- *Was ist reparaturanfällig?*
- *Wer kann reparieren?*
- *Welcher Service wird geboten?*
- *Wo ist der nächste Vertrags-Händler?*
- *Wo ist die nächste Werkstatt?*
- *Wie schwer ist das Produkt?*
- *Wie kann ich es transportieren?*
- *Passt es zum Image meines Hauses?*
- *Wie wird es geliefert?*
- *Wer stellt es auf?*
- *Muss ich vorher ausgebildet werden?*
- *Was mache ich mit dem bisherigen Produkt?*
- *Kann ich das alte Produkt verkaufen?*
- *Was bekomme ich noch dafür?*
- *Wie alt ist meine bisherige Lösung?*
- *Lohnt sich der Austausch jetzt schon?*
- *Wie ändert sich der Wert des neuen Produktes?*
- *Ist das Produkt völlig neu?*
- *Ist das Produkt altbewährt?*
- *Gibt es Patente, Prüfsiegel, Gutachten?*
- *Wer ist die Firma oder der Firmen-Gründer?*
- *Wie alt ist diese Firma?*
- *Wo hat sie Niederlassungen?*
- *Wer sind die Gesellschafter?*
- *Wer sind die Kapitalgeber?*
- *Wo kann ich das Produkt billiger beziehen?*
- *Was bietet die Konkurrenz?*
- *Was ist bei der Konkurrenz besser / schlechter?*
- *Was kostet das Konkurrenz-Produkt?*
- *Welche Rabatte gibt es?*
- *Welche Mengennachlässe?*
- *Welche Versand-Einheiten gibt es?*
- *Wie ist es verpackt?*
- *Ist es lagerfähig?*
- *Ist es leicht zu stapeln?*

(Prof. Siegfried Vögele, Trainer und Erfinder der Dialog-Methode, Autor zahlreicher Bücher, Fachartikel und Lehr-Videos, Geschäftsführender Gesellschafter des DMI-Institutes, Gelting)

Werbung

William Wrigley,
der amerikanische Kaugummi-Fabrikant,
wurde einst während einer Bahnfahrt gefragt,
warum er immer noch Geld für Werbung ausgabe,
obwohl er doch beinahe 100% Marktanteil habe?

Seine Antwort:

Der Zug ist doch ganz schön schnell.

Wieso kuppeln wir die Lokomotive nicht ab?

(Quelle unbekannt)

Mit der ganzen Kraft der Marke

Über zehn Milliarden Mark investiert Coca-Cola jährlich
in die Pflege seines wichtigsten Kapitals: der Marke.

80% der Teenager weltweit kennen den geschwungenen
weißen Schriftzug auf rotem Grund.

Umsatz 1998: fast 30 Milliarden Mark.

Außer im Iran, Irak, Libyen und Kuba ist die US-Firma
überall präsent. Auch das Management ist global:

Die Hälfte der Führungs-Kräfte stammt aus dem Ausland.

(Focus 14/1999)

Man kann auch ohne bezahlte Anzeigen

die Werbetrommel rühren:

mit integriertem Event-Marketing.

Zwei allgemeine Kriterien nennt Klaus Kobjoll,

damit integriertes Event-Marketing zum Erfolg wird:

1. Die Veranstaltung muss thematisch konsequent durchkonzipiert sein.
2. Das Event muss ein für die Teilnehmer unvergessliches, einmaliges Ereignis darstellen – indem alle Sinne positiv angesprochen werden.

Nutzen Sie Testimonials und das Medien-Echo
gut durchdachter PR-Aktionen als Kommunikations-
Instrumente – sie sind überzeugender als bezahlte
Werbung.

(Klaus Kobjoll, selbständiger Unternehmer und gefragter Referent, 1990 Hotelier des Jahres, 1994 Deutscher Marketingpreis, 1997 Unternehmer des Jahres, 1998 European Quality Award und Ludwig-Erhard-Preis)

Wissen

Das Problem vieler Unternehmen besteht darin:

„*Sie wissen nicht, was sie wissen!*“

(Quelle unbekannt)

**Was wir wissen, ist ein Tropfen,
was wir nicht wissen, ist ein Ozean!**

(Isaac Newton, engl. Physiker, Mathematiker und Astronom, 1643-1727)

**Es ist nicht genug, zu wissen,
man muss es auch anwenden;
es ist nicht genug, zu wollen,
man muss es auch tun!**

(Johann Wolfgang von Goethe, dt. Dichter, 1749-1832)

**Das Geheimnis des Erfolges liegt im
angewandten Wissen!**

(Beispiel anhand des Pareto-Prinzips.)

1. Wenig wissen bedeutet: mehr arbeiten:

(Bei 80% Aufwand = 20% Erfolg!)

2. Viel wissen und viel arbeiten bedeutet:

(Bei 50% Aufwand = 50% Ertrag!)

3. Mehr wissen und weniger arbeiten bedeutet:

(Bei 20% Aufwand = 80% Erfolg!)

**Das Geheimnis des Erfolges liegt in sogenannten
Wissens-Datenbanken, in denen Wissen gesammelt,
sortiert und archiviert wird,
um es dann jederzeit abrufbar zu haben.**

Um das Pareto-Prinzip auch richtig anwenden

zu können, muss man sich allerdings stets den
Unterschied zwischen Effizienz und Effektivität
vor Augen führen:

Effektivität = die richtigen Dinge tun!

Effizienz = die Dinge richtig tun!

*(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)*

Merke:

**Wenn wir es nur besser wissen,
aber nicht besser machen,
dann sind wir auch schuldig!**

(Peter Turrini, österr. Schriftsteller, geb. 1944)

Wissen

Die Geschwindigkeit und das Volumen

an Informationen und Wissen nehmen ständig zu. Informationen werden zu Wettbewerbs-Vorteilen ausgebaut.

Wer nicht schnell genug dazulernt - der verliert!

Denn wer das erworbene Wissen nicht stichwortartig in einer Wissens-Datenbank speichert, muss vieles mehrfach lernen.

Wer aber mehrfach das gleiche lesen muss, der verliert Zeit und hat deshalb Wettbewerbs-Nachteile.

Merke:

Wer keine Wettbewerbs-Vorteile hat, muss sich auf Preisschlachten einlassen! Preisschlachten führen zwangsläufig früher oder später zu Beschäftigungs-Problemen.

(Prof. h.c. Wolfgang Mewes, Mannheim, Begründer der EKS-Strategie, verzeichnet ca. 160.000 Lehrgangs-Teilnehmer und erhielt zahlreiche Auszeichnungen wie zum Beispiel das Bundesverdienstkreuz am Bande und die Verdienstmedaille, geb. 1924)

Know-how:

Ein Mann stellt fest, dass seine Heizung nicht

mehr funktioniert. Er dreht an verschiedenen Schaltern und Reglern - aber nichts geht mehr.

Er ruft bei der Hersteller-Firma an und bestellt einen Monteur. Dieser kommt auch schon bald und sieht sich die Heizungs-Anlage an.

Er geht dahin und dorthin, sieht sich einige Regler an, fasst ein paar Rohre an, murmelt etwas.

Dann öffnet er seinen Werkzeug-Koffer,

holt ein kleines Hämmerchen heraus und klopft damit ganz leicht auf ein unscheinbares Ventil.

Und sofort läuft die Heizungs-Anlage wieder an.

Der Hausbesitzer bedankt sich beim Monteur

für die prompte Hilfe und fragt nach der Rechnung.

„100,-- Euro für einen kleinen Schlag mit dem Hammer erscheint mir aber reichlich teuer.“

Und der Monteur entgegnet ihm:

„Der Hammerschlag kostet nur 1,-- Euro, die 99,-- Euro sind für das: Gewusst wo!“

(Dr. Angelika Hamann, DTA-Akademie Hamburg)

Zeit

Einer der großartigsten Texte der Bibel
steht im Alten Testament bei Prediger Salomo,
Kapitel 3:

**Ein jegliches hat seine Zeit,
und alles unter dem Himmel hat seine Stunde:**

*Geboren werden hat seine Zeit,
Sterben hat seine Zeit, Pflanzen hat seine Zeit,
Ausreißen hat seine Zeit, Weinen hat seine Zeit,
Lachen hat seine Zeit, Tanzen hat seine Zeit,
Suchen hat seine Zeit, Finden hat seine Zeit,
Verlieren hat seine Zeit, Lieben hat seine Zeit,
Hassen hat seine Zeit, alles hat seine Zeit!*

Alles hat seine Zeit!

Gilt das auch für uns?

Oder machen wir meistens mehrere Sachen
gleichzeitig und nichts vollständig?

Wie antwortete doch der kluge Rabbi
auf die Frage, warum er so eine große Ruhe
und Weisheit ausstrahle:

*Wenn ich gehe, dann gehe ich!
Wenn ich esse, dann esse ich!
Wenn ich liebe, dann liebe ich!
Wenn ich bete, dann bete ich!*

*Und was machst du?
Wenn du gehst, dann suchst du!
Wenn du isst, dann rechnest du!
Wenn du betest, dann denkst du!
Wenn du liebst, dann prüfst du!*

*Dir gehen immer mehrere Sachen
gleichzeitig durch den Kopf,
deshalb kannst du keine Sache richtig machen!*

Merke:

**Die Zeit ist wie der Wind,
richtig genutzt, bringt sie uns an jedes Ziel!**

Zeit-Management

**Wer sein Leben plant,
der muss auch den Tag planen!**

1. Ziel-Planung
2. Prioritäten setzen
3. Tages-Planung
4. Zeitfresser und Störfaktoren ermitteln

*(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)*

5 Regeln zur Priorität:

1. Konzentration der Kräfte auf Ziele und Erfolge!
(Pareto-Prinzip)
2. Jede Aufgabe in die Prioritäten-Klassen
A, B, C und D einteilen!
3. Wichtigkeit und Dringlichkeit sind
grundverschieden!
4. Wichtigkeit geht vor Dringlichkeit!
5. Jeden Tag an einer langfristigen A-Aufgabe
arbeiten! *(Termine mit sich selbst für A-Aufgaben
vereinbaren!)*

*(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)*

Das Eisenhower-Prinzip:

A-Aufgaben = sofort tun!
B-Aufgaben = terminieren oder delegieren!
C-Aufgaben = delegieren und reduzieren!
D-Aufgaben = in den Papierkorb!

*(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)*

5 Regeln zur Tages-Planung:

1. Oberstes Prinzip ist die Schriftlichkeit!
(Wer schriftlich denkt, der öffnet die Welt!)
2. Planen Sie am Vorabend den neuen Arbeitstag!
3. Zeitbedarf schätzen und Ziel-Limits setzen!
4. Nicht den ganzen Tag verplanen *(50:50-Regel)!*
*(50% verplanen für eigene Aktivitäten.
50% Zeitreserven (Puffer) für Unvorhergesehenes,
Störungen, Ablenkungen, spontane, kreative Dinge,
soziale Kommunikation ...)*
5. Beginnen und beenden Sie den Tag positiv!

*(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)*

Zeit-Management

10 goldene Zeitgewinn-Tipps:

1. Arbeitsblöcke für größere oder gleichwertige Aufgaben bilden!
2. Gezielt abschirmen - stille Stunden und spätere Rückrufe tätigen!
3. Zeitlimits bei Besprechungen und eigenen Terminen setzen!
4. Prioritäten als Grundprinzip allen Arbeiten zugrunde legen!
5. Möglichst nur das wirklich Wesentliche tun!
6. Delegationen auch als bezahlte Dienstleistungen voll ausnutzen!
7. Größere Aufgaben in kleine Teile portionieren (*Salami-Taktik*)!
8. Termine mit sich selbst für A-Aufgaben vereinbaren!
9. Schwerpunkt-Aufgaben sehr früh erledigen (*Erfolgserlebnis*)!
10. Leistungs-Hochs und -Tiefs in die Planung mit einbeziehen!

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer, Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“, Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

5 Regeln zum Umgang mit Zeitfressern und Stör-Faktoren:

1. Schluss mit dem Mythos von der offenen Tür!
2. Stille Stunden für A-Aufgaben reservieren!
3. Arbeitsblöcke bilden:
Post, Telefonate, Besprechungen!
4. Nein-sagen - ohne zu frustrieren!
5. Störungen identifizieren und analysieren!

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer, Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“, Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

Die drei Standard-Fragen:

1. Tun wir die richtigen Dinge?
2. Tun wir die Dinge richtig?
3. Wie verändern wir die Dinge?

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer, Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“, Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

Zeit-Management

1. Zielen!

*(Die Zeit wie Pfeil und Bogen einsetzen: Zuerst zielen!
Sein tägliches Tun an eigenen Zielen ausrichten!)*

2. Vorbereiten!

*(Am Vorabend den neuen Tag - schriftlich - planen!
Zeit für Unerwartetes und Routine einplanen!)*

3. Prioritäten setzen!

*(Wichtiges zuerst tun - Unwichtiges lassen!
Vorsicht vor der Tyrannei der Dringlichkeit!)*

4. Zusammenfassen!

*(Gleichartige Aufgaben in je einen Zeitblock packen:
Telefonate, Diktate, Post, Kurz-Besprechungen!)*

5. Vereinfachen!

*(Schwierige Aufgaben in kleine Schritte aufteilen!
Reihenfolge und Erledigungs-Termine festlegen!)*

6. Andere tun lassen!

*(Delegieren: Was? Wer? Warum? Wie? Bis wann?
Nein-Sagen: Zeitdiebe freundlich abwehren!)*

7. Gezielt abschirmen!

*(Nicht immer für alle erreichbar sein wollen!
Termine mit sich selbst vereinbaren und nutzen!)*

8. Rücksicht nehmen!

*(Kein Verlegen, kein Verspäten, kein Überziehen!
Vorher jeweils Zielsetzung und Ende vereinbaren!)*

9. Telefonieren!

*(Statt zu stören, die passende Zeit erfragen!
Telefon-Termine und Rückrufe vereinbaren!)*

10. Erfolge genießen!

*(Schwerpunkt-Aufgaben sehr früh erledigen!
Erledigtes als Erfolg wahrnehmen!
Sich selbst und andere belohnen!)*

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

Merke:

Wenn nicht ich es tue, wer sonst soll es tun?

Wenn nicht gleich, wann dann?

(Aus dem Talmud, hebräisch „das Lernen“, die bedeutendste Zusammenfassung von Lehren,
Vorschriften und Überlieferungen des nachbiblischen Judentums)

Zeit-Management

Die hohe Schule des Zeit-Managements:

- **Zeit für sich selbst zu haben heißt :**
bewusst zu leben!
- **Zeit für seine Aufgabe zu haben heißt:**
bewusst erfolgreich zu sein!
- **Zeit für seine Weiterbildung zu haben heißt:**
Erfolge vorzubereiten!
- **Zeit fürs Lesen zu haben heißt:**
sein Niveau anzuheben, denn lesen ist heute
so wichtig wie essen geworden!

Zeit ist unser wertvollstes Kapital!

Der wichtigste Faktor der Zukunft ist Zeit.
(Nicht Geld!) Zeit ist die neue Währung!
Verändern Sie Ihr Zeit-Bewusstsein,
und Ihr Erfolg wächst automatisch!

Zeit-Planung ist immer Erfolgs-Planung,
und Erfolgs-Planung ist immer Lebens-Planung!
Deshalb ist Zeit-Planung notwendig,
um die Zeit intensiver,
produktiver und genussvoller zu erleben!

Merke:

Wer nicht plant - der wird verplant!

*(Wenn wir nämlich unsere Zeit nicht planen,
dann verplant uns einfach die Zeit
und die Menschen um uns herum!)*

Fazit:

**Die richtige Nutzung der Zeit
entscheidet über Erfolg oder Misserfolg!**

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Ziele

Es war einmal ein Seepferdchen,
das eines Tages seine sieben Taler nahm und
in die Ferne galoppierte, sein Glück zu suchen.

Es war noch gar nicht weit gekommen,
da traf es einen Aal, der es ansprach:
„Pst. Hallo Kumpel. Wo willst du hin?“
„Ich bin unterwegs, mein Glück zu suchen“
antwortete das Seepferdchen stolz.
„Da hast du’s ja gut getroffen“, sagte der Aal,
*„für vier Taler kannst du diese schnelle Flosse
haben, damit kommst du viel schneller voran.“*
„Ei, das ist ja prima“, sagte das Seepferdchen,
bezahlte, zog die Flosse an und glitt mit doppelter
Geschwindigkeit von dannen.

Bald kam es zu einem Schwamm, der sagte:
„Pst. Hallo Kumpel. Wo willst du denn hin!“
„Ich bin unterwegs, mein Glück zu suchen“,
sagte das Seepferdchen.
„Da hast du’s ja gut getroffen“,
sagte der Schwamm, *„für ein kleines Trinkgeld überlasse
ich dir dieses Boot mit Düsenantrieb;
damit könntest du viel schneller reisen.“*
Da kaufte das Seepferdchen von seinem letzten Geld das
Boot und sauste mit fünffacher Geschwindigkeit
durch das Meer.

Bald traf es auf einen Haifisch, der fragte:
„Pst. Hallo Kumpel. Wo willst du hin?“
„Ich bin unterwegs, mein Glück zu suchen“,
antwortete das Seepferdchen.
*„Da hast du’s ja gut getroffen.
Wenn du diese kleine Abkürzung machen willst“*,
sagte der Haifisch und zeigte auf seinen geöffneten Rachen,
„sparst du eine Menge Zeit.“
„Ei, vielen Dank“, sagte das Seepferdchen
und sauste in das Innere des Haifisches.

Die Moral der Geschichte:
**Wenn man nicht genau weiß, wohin man will,
landet man leicht da, wo man nicht hinwollte!**

(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie
Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)

Ziele

Ein klares Ziel ist aller Leistung Anfang!

Denn unklare Ziele machen Sie auch in Entscheidungen unsicher!

(Die Qualität Ihres Lebens ist auch abhängig von der Qualität Ihrer Ziele!)

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Ziele müssen stets genau definiert werden!

Das gibt Zielklarheit und führt zur Auflösung von Ziel-Konflikten.

(Ziele müssen immer schriftlich definiert sein und immer positiv formuliert werden!

Nur ca. 1% der Menschen hat klare, schriftlich formulierte Lebens-Ziele!)

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Setzen Sie sich ein Ziel!

Die meisten Menschen erreichen ihr Ziel nicht, weil sie keines haben! Die Menschen planen den Urlaub, die Weihnachtsferien oder das Verlobungsfest besser als ihr Leben.

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer, Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“, Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

Und indem sie es unterlassen zu planen,

plant das Massenbewusstsein für sie.

Da das Massenbewusstsein negativ ist,

planen diese Leute - durch Nichtstun - zu versagen.

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Noch nie hat ein Architekt ein Haus ohne

Zeichnung, ohne Plan und ohne Baubeschreibung

gebaut. Auch hier wird noch überlegt, geändert, verbessert.

Sogar während des Bauens.

Und das ist ja auch richtig so.

Nur bei den wichtigsten Dingen,

beim eigenen Leben, da sind viele Menschen anders.

Sie lassen einfach alles auf sich zukommen.

Wenn es sehr viel ist und sehr negativ,

dann tut es weh, das Gegensteuern ist schwer!

So wie es auf jeder Straße Kurven gibt,

so gibt es auf dem Lebensweg auch Hindernisse.

(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)

Ziele

Jeder Mensch hat jeden Tag Tausende

von Gedanken: Unser Nervensystem ist so organisiert, dass es niemals zwei verschiedene Gedanken gleichzeitig haben kann!

(Die Verfolgung von bewussten Zielen bringt somit Ordnung in unsere Ideen- und Gedankenwelt.

Denn die Menschen, die nicht wissen, was sie wollen, verzetteln sich!

Glasklare Ziele bündeln unsere Energien.

Das Ziel wirkt wie ein heller Punkt und fokussiert unsere Energien!)

(Josef Schmidt, Bayreuth, Begründer des Schmidt-Colleg und Autor zahlreicher Fachbücher, Lehrvideos und Fachartikel)

Strategie für die Zukunft:

„Wenn der Mensch nicht über das nachdenkt, was in ferner Zukunft liegt, wird er das schon in naher Zukunft bereuen!“

Das hat schon Konfuzius vor zweieinhalbtausend Jahren gesagt!

Und es wird ergänzt um die alte chinesische Weisheit, die da lautet:

Wer, wenn nicht wir ...

Wo, wenn nicht hier ...

Wann, wenn nicht jetzt ...

(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer, Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“, Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)

Wer ein genau umschriebenes Ziel ansteuert, sollte sich bereits beim Start darüber im klaren sein, was ihn wirklich an diesem Ziel reizt:

die Anstrengung des „langen Marsches“

als solches oder der Triumph auf der Ziel-Linie?

Denn es gibt „marsch-motivierte“ und

„ziel-motivierte“ Menschen.

Beide sind ganz verschiedene Typen!

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Merke:

Ohne Ziele können sich unsere inneren Kräfte nicht in Marsch-Richtung formieren!

(Der Sinn des Lebens ist nicht Wissen, sondern Handeln!)

(Michael Birkenbihl, Dipl.-Psychologe, Heilpraktiker, Management- und Motivations-Trainer und Autor zahlreicher Bestseller sowie Lehr-Videos und Lehr-Cassetten, verstorben am 29. März 1993)

Ziele

Je klarer die Zielvorstellung,

desto klarer der Erfolg!

*(Wenn wir nicht wissen, wohin wir wollen,
ist es gleichgültig, welchen Weg wir gehen!)*

(Vera F. Birkenbihl, dt. Autorin zahlreicher Bestseller, Ton-Cassetten und Lehr-Videos sowie Management-Trainerin und Leiterin des Instituts für gehirngerechtes Arbeiten, geb. 1946)

Gotthold Ephraim Lessing hat das so ausgedrückt:

Der Langsamste, der sein Ziel nicht aus den Augen verliert,
geht immer noch schneller als der,
der ohne Ziel herumirrt.

*(Mit unseren Zielen gestalten wir auch unsere Zukunft.
Die Zukunft ist somit immer ein Produkt
der Gegenwart!)*

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Nimm die Dinge so, wie sie kommen!

Sorge aber auch immer dafür,
dass die Dinge so kommen,
wie du sie gern haben möchtest!

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

**Wer seine Wege kennt, der braucht sich nicht
an jeder Kreuzung neu zu entscheiden!**

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Planen Sie, arbeiten und leben Sie zielorientiert!

Mit irgend etwas muss man beginnen!

*(Die Mehrheit der Menschen ist nicht bereit,
sich klare Ziele zu setzen!)*

*(Prof. Lothar J. Seiwert, bekannter Zeitmanagement-Experte und EKS-Trainer,
Inhaber der Trainings- und Beratungsfirma „Seiwert GmbH“,
Institut für Strategie und Time-Management in Heidelberg)*

Was der Mensch ist,

das ist er durch die Sache,
die er zu seiner macht!

(Karl Jaspers, dt. Psychiater und Philosoph, 1883-1969)

Ein Ziel nicht zu erreichen ist nicht schlimm.

Schlimmer ist es, keine Ziele zu haben!

Denn erst ein Ziel bringt dem Menschen
die Erfüllung seines Lebens.

Nur Ihre eigenen Ziele passen zu Ihnen.

*(Nikolaus B. Enkelmann, Königstein, Erfolgs- und Motivations-Trainer
sowie Autor zahlreicher Bestseller, Videos und Lern-Kassetten)*

Zuhören

Reden ist ein Bedürfnis - zuhören eine Kunst!

(Johann Wolfgang von Goethe, dt. Dichter, 1749-1832)

Zuhören ist ein elementares Merkmal
menschlicher Gesprächs-Fähigkeit.

Wer nicht zuhören kann,
der kann einem anderen auch keine
oder kaum Zuwendung geben!

Wo die Zuwendung aufhört,
versickert allmählich die Gesprächs-Fähigkeit.
Wo die Gesprächs-Fähigkeit versagt,
da stirbt das Gespräch!
Und wo das Gespräch versagt,
da stirbt jede Kommunikation!

(Josef Frommer, Verkaufs- und Management-Trainer, verstorben 1996)

Warum wird so wenig zugehört?

- 1. Süchtig, sich selbst zu hören**
- 2. Selbstdarstellung**
- 3. Fixierung**
- 4. Kritiksucht**
- 5. Voreilige Schlussfolgerung**
- 6. Voreingenommenheit**
- 7. Antipathie gegen Gesprächspartner**
- 8. Intoleranz**
- 9. Wunsch-hören**
- 10. Abstoßende Äußerlichkeiten**
- 11. Störungen**
- 12. Eigene persönliche Probleme**

(Josef Frommer, Verkaufs- und Management-Trainer, verstorben 1996)

Nasreddin Hodscha, der türkische Eulenspiegel,
wollte auf dem Markt einen Truthahn verkaufen
und stellte sich neben den Besitzer eines Papageis,
der für sein Tier zehn Pfund verlangte.

Ein Interessent schrie den Hodscha an:

„*Bist du wahnsinnig?*“

*Der Papagei dort kann sprechen und kostet zehn
Pfund, und du verlangst zwanzig? “*

„*Mein Truthahn kann mehr als sprechen “*,
erwiderte der Gescholtene. „*Er kann zuhören!*“

*(Gerhard Reichel, Forchheim, Rhetorik- und Management-Trainer sowie Autor zahlreicher
Fachbücher, aus seinem Buch „Der Indianer und die Grille“)*

Zuhören

Gott hat uns zwei Ohren gegeben,
aber nur einen Mund, damit wir doppelt so viel
zuhören, wie wir selbst sprechen!

(Epiktet, griechischer Philosoph, um 50-138 n. Chr.)

An allen wertvollen Gesprächen hat der,
der zuhört, fast einen größeren Verdienst als der,
der spricht. Denn zuhören können ist immer ein Beweis
von Eigenwert!

(Sigmund Graff, deutscher Bühnen-Schriftsteller und Aphoristiker, 1898-1979)

Zuhören erscheint vielen Menschen als etwas
so Selbstverständliches, dass sie dieser Gesprächs-Technik
im Alltag kaum Beachtung schenken.
Das ist schade; sogar töricht!
Denn der Gesprächs-Partner hat in erster Linie
das Bedürfnis, verstanden zu werden.
Gesprächs-Partner, die die Kunst des Zuhörens
beherrschen, nehmen nicht nur mehr Informationen auf;
sie werden auch von ihrem Gegenüber mehr geschätzt
und als Partner akzeptiert.

Zugegeben:

Zuhören kostet Zeit. Es kostet allerdings noch mehr Zeit,
Missverständnisse zu klären oder sich mit
Schein-Problemen zu befassen, weil man dem Gesprächs-
Partner nicht wirklich zugehört hat.

(Quelle unbekannt)

Effektives Zuhören verlangt eine positive
Einstellung zum Gesprächs-Partner.
Bleiben Sie unvoreingenommen,
gerade im Umgang mit schwierigen Gesprächs-Partnern.
Diese ausreden zu lassen
ist nicht nur ein Gebot der Höflichkeit.
Wer selbst zuviel redet, der wird vieles überhören
oder auch Aussagen vorschnell nach den eigenen
Auffassungen (*fehl*)-interpretieren.

(Kurt H. Thieme, Management- und Verkaufs-Trainer)

Kostenlose Downloads für Ihren Erfolg

Wissen ist der Rohstoff der Zukunft!

*Komprimiertes Experten-Wissen zum Null-Tarif
erhalten Sie unter www.schoenherr.de
dort unter „Downloads“*

Titel	Seiten	Autor
111 Erfolgs-Prinzipien & Lebens-Weisheiten	33 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Mit Wissens-Management zu deutlich mehr Erfolg!	35 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
333 Tipps: Wie Sie großartige Ideen großartig präsentieren	89 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Besprechungen & Konferenzen	31 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Einsichten, Erkenntnisse & Zitate	40 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Farben und Kleidung	58 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Geld: Geheimnisse des Geldes	70 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Krisen & Chancen als Erfolgs-Bausteine	13 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Mund-zu-Mund-Marketing	31 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Präsentation: ABC der wirkungsvollen Präsentation	10 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Stress ade!	49 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Total Quality Management	71 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Zeit-Management und Ziele	77 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Hollywoods 10 Gebote für wirkungsvolle Präsentationen	9 Seiten	(von Gerhard & Oliver Reichel)
Wie Sie Ihre Redewirkung multiplizieren	12 Seiten	(von Gerhard & Oliver Reichel)
Warum 27 Mrd. Euro Werbegelder Jahr für Jahr verpuffen	13 Seiten	(von Kay Tangermann)
Die Anti-Stress-Strategie	30 Seiten	(von Dr. med. Walter Kromm und Dr. med. Günter Frank (von Prof. Dr. Walter Simon)
Die Moderations-Methode	14 Seiten	(von Gerhard & Oliver Reichel)
Standing ovations: Erfolgs-Tipps rund um die Rhetorik	14 Seiten	(von Gabriele & Günter Zienterra)
Ideen überzeugend präsentieren (neu)	16 Seiten	(von Nikolaus B. Enkelmann)
Die 10 Schritte zum Glück	15 Seiten	(von Andreas Ackermann)
Easy zum Ziel	105 Seiten	(Rusch Verlag)
Noch erfolgreicher (Zeitschrift)	48 Seiten	(von Prof. h.c. Wolfgang Mewes)
Das Erfolgs-Geheimnis der positiven Ketten-Reaktion	24 Seiten	(von Dr. Kerstin Friedrich)
Mehr Erfolg durch Spezialisierung	20 Seiten	(von Peter Drucker)
Interview mit Peter Drucker (<i>manager magazin</i>)	12 Seiten	(von Erwin Seyfarth)
Erfolgs- und Miss-Erfolgs-Strategien	35 Seiten	(von Alexander Christiani)
Die 6 Marketing-Strategie-Gesetze	11 Seiten	(von Alexander Christiani)
Weck den Sieger in Dir	12 Seiten	(von Alexander Christiani)
Mit den persönlichen Startknöpfen zum Ziel	10 Seiten	(von Nikolaus B. Enkelmann)
Die Nr. 1 Strategie	3 Seiten	(von Jörg Löhr)
Das ABC der erfolgreichen Zukunft	8 Seiten	(von Prof. h.c. Wolfgang Mewes)
Strategie-Journal (<i>wertvolles Strategie-Wissen</i>)	24 Seiten	(von Guido Zinsler)
Die meistgemachten Fehler im Direktmarketing	10 Seiten	(von Pero Micic)
Der Zukunfts-Manager	8 Seiten	(von Günter Zienterra)
Das gesprochene Wort (<i>Rhetorik-Ratgeber</i>)	34 Seiten	(von Reinhold Vogt)
17 Lern-Tipps	43 Seiten	

Schönherr

... seit über 20 Jahren eine gute Verbindung!

Bindesysteme Schönherr GmbH
Rübenkamp 17, 21220 Seevetal

Tel. (0180) 112 33 33 ... zum Orts-Tarif

Fax (0800) 015 25 35 ... zum Null-Tarif

Internet www.schoenherr.de, eMail service@schoenherr.de