

THEMA	Krise – WERBUNG – MITARBEITER
QuantLife-Reports	Die quantenphysikalisch optimierte Art des Denkens („QuAntWorten“)
Redaktion und Kontakt	www.menschen-machen-wirklichkeit.de / info@menschen-machen-wirklichkeit.de

Lösungswege – Aus der Perspektive „Quantensicht“ ... – die QuAntWorten

Die Fragesteller haben in der Regel schon andere Ratgeber aufgesucht, oder sind bzw. waren in medizinischer oder therapeutischer Behandlung. Die bereits durchgeführten / angewandeten Lösungs-Methoden sind der Redaktion bekannt. Mit Zustimmung des Fragestellers / der Fragestellerin, vermitteln wir auch sehr gern direkte Kontaktaufnahmen untereinander. Nachfolgend sind einige Auszüge aus unseren Hinweisen an die Fragesteller abgedruckt, die für ähnliche Situationen durchaus nützlich sein könnten ...

Um unzumutbare Wiederholungen für den interessierten Leser zu vermeiden, haben wir uns bemüht, möglichst nur die Textteile aufzuführen, die für das Verständnis unabdingbar sind. Wer sich mit der Ganzheit des Konzeptes näher vertraut machen möchte, den verweisen wir einerseits auf unsere „Ideensammlung“ und andererseits auf unsere Ausführungen zu anderen Fragestellungen ...

Für die bessere Beurteilung des Hintergrunds geben wir – in Abstimmung mit dem / der Betroffenen (Person / Organisation) – einige ergänzende Informationen:

Unternehmer, 35 Jahre, größerer Friseurbetrieb

Der Sachverhalt ...

Aufgrund der schlechten Konjunkturentwicklung befürchten wir weitere Ertragseinbrüche und möglicherweise in dessen Folge Entlassungen.

Wir haben schon viel in Werbung und Marketing investiert, schalten regelmäßig Anzeigen in der örtlichen Presse, jedoch ohne den erhofften Erfolg.

Außerdem macht uns die Schwarzarbeit sehr zu schaffen.

Von diesen Annahmen gehen die Antworten eines QuantLife-Coach aus (Beispiele):

- Das Universum ist keine „tote Materie“, sondern wird von einer Energie gesteuert, die wir hier Bewusstsein nennen, mit der wir in irgendeiner Form verbunden sein **müssen**.
- Alles ist letztlich Energie und Information und deshalb entsteht auch alles aus der Kombination dieser zwei Aspekte.
- Unsere Gedanken sind ebenfalls Energie, wie leicht durch Hirnstrommessungen festzustellen ist. Unsere Gedanken verursachen unsere Gefühle. Negative Gedanken verursachen negative Gefühle, positive Gedanken verursachen positive Gefühle.
- Gedanken wirken wie Magnete, die stets nur das Gleiche anziehen können. So wie die uns bekannten Magnete kein Plastik anziehen können, so können auch negative Gedanken keine positiven Gedanken anziehen .
- Denken wir einen negativen Gedanken, schließt sich daran ein weiterer negativer Gedanke an und ein weiterer – weil Gleiches immer Gleiches anzieht.

(Weitere Hinweise finden Sie in der Rubrik „Erfolg des Geheimnis“ – in den „Ideensammlungen zur Quantenphysik“)

Frage

- Gibt es Möglichkeiten, um mehr Kundschaft in unser Unternehmen zu bringen?

Unsere „QuAntWort“

- Achte einmal, worauf Sie und auch Ihre Mitarbeiter in einer Krise ihre Aufmerksamkeit

lenken. **Genau, auf die Krise!**

- In Folge dieser Ausrichtung passiert das, was eigentlich vermieden werden soll, Sie ziehen mehr von dem an, was Sie eigentlich vermeiden wollen. Die Folge: Die Krisenauswirkungen für Ihr Unternehmen **nehmen zu**, nicht ab.
- Auch die Quantenphysik hat erkannt, dass die Quantenwelt durch Gedanken bewegt wird, und dass Gedanken nichts anderes als Energieformen sind, an die sich immer nur mehr Gedanken der **gleichen Schwingung** anhängen können.
- Diese Gedanken senden Sie, senden Ihre Mitarbeiter in Richtung Krise und in Richtung „Auswirkung“ auf das Unternehmen.
- Es gilt der Grundsatz, wohin die Aufmerksamkeit gelenkt wird, dahin fließt die Energie.
- Wenn Sie und Ihre Mitarbeiter z.B. denken „hoffentlich bleiben jetzt nicht noch mehr Kunden weg“, passiert etwas sehr erstaunliches. Sie haben gerade dafür gesorgt, dass noch mehr Kunden wegbleiben!
- Wir wissen, wie schwer sich die meisten Menschen damit tun, dies nachvollziehen, aber es entspricht einer universal wirkenden Gesetzmäßigkeit, **wonach Gleiches immer nur Gleiches anzieht**.
- Wenn Sie sagen „hoffentlich bleiben jetzt nicht noch mehr Kunden weg“, haben Sie Ihre Aufmerksamkeit auf einen Mangel gerichtet, der damit größer wird und mehr von diesem Mangel – der Essenz nach - angezogen wird.
- Der **1. Schritt** zum Erfolg sollte deshalb etwa so lauten: Formulieren Sie Ihre Absicht, eindeutig, präzise und in der Gegenwartsform. Etwa so: „Ich beabsichtige mehr zufriedene Kunden in meinen Salons zu begrüßen. Ich weiß dass dies eintreten wird, weil wir gute Leistung, hohen Service mit bester Kundenfreundlichkeit verbinden. Ich bin mir sicher, dass dies eintreten wird, weil wir schon in der Vergangenheit kritische Situationen bestens überstanden haben“
- **2. Schritt**: Sprechen Sie jetzt noch optimistischer mit Ihren Mitarbeitern. Versuchen Sie Ihre Mitarbeiter von Ihren Erkenntnissen zu überzeugen und geben Sie ggf. jedem Mitarbeiter ein kleines Kärtchen mit dieser Einsicht, damit sich dies nach und nach in den Gedanken von Ihren Mitarbeitern verfestigen kann.
- **3. Schritt**: Sie müssen alles tun, um jegliches Gefühl von Angst und Zweifel aus den Köpfen Ihrer Mitarbeiter herauszuhalten.

Frage

- Sollten wir die Werbeaktivitäten jetzt erhöhen oder diese Kosten eher einsparen?

Unsere „QuAntWort“

- Egal, was Sie tun, es passiert genau das, worauf Sie sich und Ihre Gruppe überwiegend **konzentrieren**, auf den Erfolg oder den Misserfolg.
- Es kommt viel weniger, als gedacht darauf an, wie viel Geld Sie für solche Aktionen ausgeben, wie oft und an welcher Stelle, mittels welches Mediums Sie werben.
- Das alles ist nur Randerscheinung, gemessen an dem, was Ihre **Gedanken** sind.
- Viel zu viel Menschen gehen noch immer davon aus, dass Erfolg vorrangig mit „richtigem Tun“ in Verbindung steht. Das ist ein Trugschluss, was Sie leicht aus der Welt des Sports nachvollziehen können.
- Wer von seinen Fähigkeiten, verbunden mit dem unzweifelhaften Glauben an seinen Erfolg, zutiefst überzeugt ist, wird vermutlich der Sieger sein. Natürlich muss auch der Sportler dann noch etwas für den Erfolg tun, aber eben **erst dann**.
- **Erst kommt der richtige Gedanke, dann die entsprechende Handlung!**
- Ob Sie mehr werben sollen, wäre dann umzuf formulieren in: Ich bin überzeugt, dass

diese Werbemaßnahme geeignet ist, x % mehr Kundschaft in meine Salons zu bringen.

- Haben Sie auch nur die geringsten Zweifel, dass das so ist, sollten Sie es zunächst sein lassen zu werben, denn Sie können dann Ihr Geld besser ausgeben.
- Also nicht werben? Nein, so war das nicht gemeint. Aber erst **dann** den Auftrag zur Werbung erteilen, wenn bei Ihnen Zielklarheit besteht und Ihre Gedanken positiv nachhaltig auf **Erfolg** dieser folgenden Handlung „programmiert“ sind.

Frage

- Welche Rolle spielen dabei unsere Mitarbeiter?

Unsere „QuaAntWort“

- Eine sehr viel entscheidender Rolle, als gemeinhin angenommen wird und in anderer Hinsicht, wie bisher gesehen wird.
- Ein Friseurunternehmen ist noch mehr darauf bezogen, als dies meisten bei anderen Bereichen der Fall ist, dass die „Chemie“ zwischen dem einzelnen Kunden und der für diesen tätigen MitarbeiterIn stimmt.
- Machen wir es ganz praxisnah:
- Eine Kundin betritt den Salon. In diesem Raum ist ein bestimmtes Klima. Da Gedanken nichts anderes als Energieformen sind und uns die Physik sagt, dass Energie nicht verschwinden kann, sondern sich nur umwandelt, ist die Gedankenenergie der letzten Stunden, Tage und Wochen Teil der Energie, in die unsere Kundin eintritt.
- Schon jetzt entsteht entweder ein angenehmes oder ein unangenehmes Gefühl bei der Kundin. Die kann dies zwar nicht benennen, kennt die Ursache nicht, aber sie „wird dieses Gefühl nicht los“, hier fühle ich mich wohl oder hier fühle ich mich nicht wohl.
- Jetzt wird sie von der Kollegin begrüßt, die Frisur und Kosmetik so ausführen soll, dass unsere Kundin zufrieden den Salon wieder verlässt, möglichst von dieser tollen Atmosphäre anderen gegenüber schwärmt, also uns neue Kunden bringt ...
- Unsere Mitarbeiterin hat zwar gelernt, das gewohnte „Business-Lächeln“ aufzusetzen und den gewohnten „Small-Talk“ zu pflegen. Das ist für sie zu Routine geworden, wird von ihr gut beherrscht.
- Innerlich ist diese Mitarbeiterin jedoch in Gedanken bei einem negativen Thema, sie sorgt sich z.B. um ihren Arbeitsplatz.
- Genau diese Gedanken, Gedanken die mit negativer Energie niedriger Schwingung ausgestattet sind, sorgen jetzt entscheidend für das, was unsere Kundin „empfängt“.
- Sie registriert nur, da sie nicht weiß, was hier tatsächlich abgelaufen ist, dass sie sich unwohl fühlt. Ihre Gedanken beginnen in Richtung „negativ“ zu gehen. Sie wird ab jetzt weitere von diesen negativen Gedanken anziehen (müssen), weil nur Gedanken des **gleichen** (hier niedrigen) **Schwingungs-Levels** sie überhaupt nur erreichen können.
- Gedanken „fliegen“ also nicht zu, ganz „zufällig“, sondern Gedanken werden **systematisch angezogen**.
- Obwohl die Friseurin ihr Bestes tut, die Kundin zu begeistern, ist die Kundin längst auf Richtung „negativ“ gegangen und findet alles, was die Mitarbeiterin macht, heute irgendwie „daneben“.
- Da dies alles nicht offen kommuniziert wird, entstehen solche Abläufe, die unbewusst

und ungewollt sind, aber sich eben mit fatalen Folgen „irgendwie eingeschlichen“ haben.

- Aber zum Glück haben wir eine Salonleiterin, die in solchen Mechanismen schon etwas geübt ist. Sie erkennt aus dem Gesichtsausdruck von Kundin und Mitarbeiterin, dem Verlauf des Gesprächs oder anderen erkundbaren Abläufen, was da gerade (unbewusst) passiert.
- Sie könnte jetzt das „Spiel“ kurz unterbrechen, indem sie die Kollegin unter einem geschickten Vorwand bittet, mit ihr in einen anderen Raum zu gehen. Es bedarf i.d.R. keines komplizierten Gesprächs, um die Kollegin „auf positive Gedanken“ zu bringen. (denn jeder Mensch hat irgendetwas, was seine „Laune“ sofort „auftaut“. Manche brauchen nur ein paar aufmunternde Worte, andere haben eine Lieblingsmelodie, usw.) Eines davon kennt unsere Salonleiterin natürlich und setzt es eben ein.
- Um den „Wandel“ für die Kundin „perfekt“ zu machen, spricht jetzt zunächst die Salonleiterin unsere Kundin an. Wenn sie eine Stammkundin ist, sollte es dafür Notizen geben, was ein „interessantes Thema“ für unsere Kundin ist. Vielleicht hat sie einen Hund mit Namen (?) – den sollte man kennen – oder sonst etwas, was sie eben aufmuntert.
- Jetzt ist auch die Gedankenenergie unserer Kundin auf positiven Level gestiegen und die Mitarbeiterin kommt mit „frischer Energie“ zurück.
- Was glauben Sie, was jetzt passiert? Genau, es beginnt der Kundin alles viel besser zu gefallen, selbst kleine Fehler der Mitarbeiterin werden „locker“ übersehen. ...
- Daran sollte erkannt werden: Wir gestalten unsere Räume und Gespräche mit **unserer** eigenen **Gedankenenergie**. Worte haben – anders wie wir noch meist annehmen – eher nachrangige Bedeutung – zumindest im Vergleich zu unseren Gedanken.
- Und auch für ihre Räume können Sie etwas tun. Wandeln Sie bewusst die bestehende Gedankenenergie durch angenehme Gedankenenergie um.
- Das geht leichter als gedacht, z.B. indem alle MitarbeiterInnen des Salons immer wieder darüber nachdenken, was sie noch alles tun könnten, um ihren Kunden das Wohlfühlen zu erleichtern. Und dies dann auch sichtbar machen, z.B. mit kleinen netten Aufmerksamkeiten ...
- Auch das **echte Lächeln** ist so eine Aufmerksamkeit.
- Es kommt auch hier auf die Absicht an!
- Der neu renovierte Salon ist zwar schön, aber noch lange nicht behaglich. Ein kleiner, aber wichtiger Unterschied – und der, der am wenigsten Geld kostet ...

Hinweise

- Erfolgreiche Menschen haben den festen Glauben an sich selbst
- Es gibt eindeutige Nachweise, dass nicht das Wissen, sondern der Glaube an erster Stelle steht, um ein gewolltes Ziel zu erreichen.
- Ein fester Glaube ist nichts anderes als einen Gedanken, den du häufig denkst.
- Ändere also zunächst deine Überzeugungen über dich selbst – denn das kostet dich nichts und bringt dir das meiste ...

„**QuantLife**“ stellt eine für viele (noch) ungewohnte Sicht- und Denkweise dar. Die modernen Erkenntnisse der Quantenphysik lassen es ratsam erscheinen, derzeitig noch sehr begrenzte 3D-Perspektive ab und an zu erweitern. Wir nennen dies – vereinfacht ausgedrückt – **QuantenSicht** und die Antworten bezeichnen – konsequenterweise – als „**QuAntWorten**“.

Wer sich auf diese ungewohnte aber sehr effektive Sicht- und Denkweise besser und schneller einstellen möchte, empfehlen wir, sich ggf. auch mit leicht verständlichen Texten zur QuantenPhysik zu beschäftigen oder auch unsere – laufend erweiterte „Ideensammlung“ zur QuantenPhysik zu nutzen (Rubrik: Erfolg das Geheimnis)

