

QuAntworten zur Zeit

Die quantenphysikalisch optimierte Form von Antworten

Zu häufig gestellten Fragen - Die essenziellen QuAntworten

Die moderne Genossenschaft

Stichworte

Genossenschaft – Kooperationen – Vorteile von Genossenschaften – Faszination von Genossenschaften - Führung von Genossenschaften – Stärkung der latenten Kooperationsvorteile von Genossenschaften – Mitglieder – Mitgliederinteressen – Kommunikation – Konsensbildung ...

Hinweis

QuAntworten dienen vor allem dazu, die bisherige Sichtweise zu erweitern, um damit neue Lösungswege erproben zu können. Denn in der Welt der Quantenphysik spricht man nicht von „feststehender Wahrheit“, sondern von „latenten Möglichkeiten“. Und welche von den verschiedenen Möglichkeiten letztlich in Erscheinung tritt, hängt maßgeblich davon ab, was wir erwarten („Die Vorannahme des Beobachters nimmt direkten Einfluss darauf, welches Ergebnis er erfährt“)

Zum Hintergrund

Genossenschaften haben eine lange Tradition. Zunächst als Selbsthilfeeinrichtung in „schlechten Zeiten“ gesehen, hat sie sich inzwischen zu einer interessanten, ernstzunehmenden Wirtschaftsform entwickelt.

Ausgerechnet in Deutschland – der „Heimat von Raiffeisen und Schulze-Delitzsch“ – tut sich die Genossenschaft recht schwer, Akzeptanz, aber besonders auch Faszination, auszustrahlen.

Ganz anders ist dies in Ländern wie Italien, Frankreich, Spanien, England, Tschechien, Polen, u.a., in denen Genossenschaften eine recht bedeutende Rolle in Wirtschaft und Gesellschaft spielen.

Was ist bei uns anders? Warum haben wir nur so wenige Genossenschaften? Warum strahlen die meisten Genossenschaften so wenig **Faszination** aus? Was könnte Menschen abhalten, eine Genossenschaft zu gründen? Warum stehen Genossenschaften – trotz der Teilhaberschaft – nicht in der Spitzengruppe ihres Wirtschaftsbereichs?

Auffallend erscheint, dass in Genossenschaften – manchmal sogar mehr als in anderen Rechtsformen – (lediglich) die Struktur im Mittelpunkt steht. Dabei ist gerade aber die Genossenschaft eine Veranstaltung **von und für Menschen**. Sie sind der **Wertschöpfungsträger**, ihre Haltung entscheidet über die Leistung, ihre Begeisterung gibt Auskunft über den Erfolg.

Aber genau diese Menschen werden noch längst nicht als „der **Schatz**, den es zu hegen gilt“ gesehen, sondern auf ihre „**Rolle**“ begrenzt, auf ihr „Funktionieren“.

Eine spezielle Führungs-Ausbildung für Genossenschaften? Naja – vielleicht, aber längst nicht absichtsvoll und zielbewusst, wie diese erforderlich wäre, um den Beteiligten erfahren zu lassen, dass es Unterschiede zwischen Miteigentümer und Mitarbeiter gibt.

Eine breite Diskussion über die Bedeutung „**der Mensch im Mittelpunkt**“, sozusagen für Genossenschaften, die „**Energie hinter den Zahlen**“ – Fehlanzeige....

Und der Prüfungsverband, eine Pflichtmitgliedschaft, die es so in Europa nur in Deutschland und Österreich gibt – auch der begrenzt seine Sichtweise lediglich auf das Zahlenmaterial und „testiert“ Ordnungsmäßigkeit, egal, wie die Begeisterung der Teilhaber entwickelt ist ...

Das alles mag so sein, wie es ist. Uns soll es gleichwohl darum gehen, den Blick zu schärfen für das, was alles mit einer Genossenschaft **möglich sein kann**.

Unser vorläufiges Fazit ist dennoch positiv:

Eine Genossenschaft hat **alle Voraussetzungen**, um zu einem der **faszinierendsten** und **effektivsten Wirtschaftsgebilde** der Neuzeit zu werden, denn sie baut auf einem der wichtigsten Prinzipien für erfolgreiches Handeln und Gestalten auf, dem **PRINZIP der KOOPERATION**, des Handels im Miteinander und Füreinander.

Aber um **Kooperationen** zum Erfolg zu „führen“ bedarf es vor allem auch **geeigneter** (besonderer) Führungsmethoden und Führungskonzepte.

Wir meinen, dass die Einbeziehung der Kenntnisse der **modernen Quantenphysik** einen wichtigen Beitrag dafür leisten kann.

Warum? Verkürzt gesagt, zeigt sie uns, wie bedeutsam die Menschen für einen Betrieb sind, wie wichtig z.B. ein gutes Betriebsklima und Begeisterung sind, um gute Leistungen zu erzielen.

Dann macht es einen gewaltigen Unterschied, ob ein Mensch aktiver (lebendiger) Teil (s)einer von ihm **gewollten** Kooperation ist oder ob er lediglich passiv in einer ihm weitgehend fremd gegenüberstehenden Struktur mitwirkt.

Aber das haben wir doch heute schon, werden viele einwenden. Ja strukturell sicherlich, aber eben **nicht gelebt und lebendig**. Und genau darum scheint es zu gehen, wenn es bisher nur selten gelungen ist, dass Mitglieder von **IHRER** Genossenschaft schwärmen, begeistert berichten, usw., sozusagen eine **SOG-WIRKUNG** zum Nachmachen auszulösen vermögen ...

Warum können Genossenschaften oder andere Formen der (inneren) Kooperation von Unternehmen erfolgreicher als andere Unternehmensformen sein?

Die Antwort – als QuAntwort

- Weil **Kooperation ein Grundmerkmal der Natur ist**. Und was wäre erfolgreicher als Vorbild, als die Natur.
- Unser Körper ist ein hervorragendes Beispiel für eine lebendige Kooperation, wie jeder leicht nachvollziehen kann. Allein die beeindruckende

Kommunikation zwischen Milliarden von hochspezialisierten Zellen sollte uns veranlassen, darüber nachzudenken, welches Leistungspotenzial zu erreichen wäre, wenn es gelänge – wie in einem Betrieb – die dort tätigen 10, 20 oder 100 Zellen (Menschen) zum **effektiv Kooperieren** zu befähigen.

- Weil andere Unternehmensformen eben diesen Grundgedanken der Kooperation so nicht beinhalten, ist eines der wichtigsten Erfolgspotenziale dort nicht angelegt; und genau das spricht zugunsten einer Genossenschaft.

Wenn Kooperation als Prinzip so wichtig für den Erfolg erscheint, weshalb gehören dann Genossenschaften nicht zu den erfolgreichsten Unternehmensformen ihres jeweiligen Bereichs ?

Die Antwort – als QuAntwort

- Zwischen dem Vorhandensein von Etwas und dem **Wirksamwerden** von Etwas gibt es einen großen Unterschied.
- Man kann ein PS-starkes Auto haben, aber wenn man z.B. nur unzureichende Fahrpraxis hat, die tatsächlichen Möglichkeiten so hoher PS-Zahlen nicht kennt oder die Überzeugung hegt, dass Geschwindigkeiten über 100 Km/h gefährlich seien, wird man den Effekt der PS-Zahlen nie erfahren.
- In diesem Bilde etwa stehen die meisten Genossenschaften von heute. Ein „**Gefährt**“ mit **hoher Leistungspotenz**, aber nur Wenige sind sich der tatsächlichen Möglichkeiten bewusst oder hegen die Überzeugung, dass es vielleicht doch zu „gefährlich“ sein könnte, mehr „Gas zu geben“, sprich die Menschen dafür zu befähigen, ihre tatsächlichen Potenziale zu entfalten.

Sollte eine Genossenschaft jede Person, die Mitglied werden möchte, auch aufnehmen?

Die Antwort – als QuAntwort

- Eindeutig – NEIN!
- Eine Aufnahme setzt voraus, dass eine „**unbedingte**“ Übereinstimmung mit den wichtigsten Zielen der Gruppe besteht. (Bisher hat man sich mit einer „unbedingten“ Aufnahmeerklärung begnügt, ist also genau umgekehrt , sozusagen sehr oberflächlich, verfahren)

Sollte jede Person – die die Voraussetzungen zur Aufnahme zum Mitglied hat – als Mitglied aufgenommen werden?

Die Antwort – als QuAntwort

- Wenn wir erreichen wollen, dass eine **optimale** Kooperation entsteht, müssen die Absichten und Ziele aller Teilnehmer weitestgehend synchron sein.
- Dazu bedarf es zunächst jedoch der entsprechenden Festlegungen der

bestehenden Kooperation. Jede Genossenschaft sollte sehr genau ihre Unternehmensziele, ihre Führungsgrundsätze und andere Erwartungen voneinander definiert haben (was wollen wir gemeinsam erreichen, was erwarten wir voneinander, warum will ich das kooperativ tun, usw.)

- Umgekehrt sollten dies auch das sich bewerbende Mitglied, sozusagen so etwas wie ein Beteiligungskonzept (Begründung der Beteiligung). Dabei wäre möglichst präzise nachzufragen, wie ganz bestimmte Antworten **genau** gemeint sind.
- Es gilt der Grundsatz: Wer ein guter Mitarbeiter ist, kann zwar als Mitarbeiter eingestellt werden, muss aber deshalb noch lange kein guter Teilhaber sein.

Warum ist es so wichtig, eine weitgehendste Übereinstimmung bei den inneren Kooperations-Partnern (Mitgliedern) zu haben oder zu erreichen?

Die Antwort – als QuAntwort

- In der Quantenphysik gilt der Grundsatz, dass der „Beobachter **aktiver** Teil des zu Beobachteten“ ist.
- Übertragen wir das auf die Kooperation, dann wird recht schnell klar, dass eine (stabile) **Übereinstimmung der Absichten** aller Teilnehmer eine erhebliche Bedeutung für das Ergebnis hat.
- Wenn A. z.B. die Überzeugung hat, dass hervorragender Kundenservice einen hohen Stellenwert hat, B. jedoch mit einem durchschnittlichen Kundenservice zufrieden ist, ergänzen sich die Kräfte beider nicht, sondern stehen sogar in einigen Fällen wahrscheinlich konträr.
- Was wir jedoch benötigen – und **nur dann kann sich Kooperation vorteilhaft entfalten** – dass die „Energie“ in die gleiche Richtung gehend, sich verstärkend auswirken kann.
- Nur wenn in dieser Frage (beispielhaft für alle anderen Fragen) Konsens in der Überzeugung besteht, wirkt das Handeln tatsächlich mit höherer Kraft, und deshalb benötigt eine Genossenschaft **unabdingbar**, tendenziell einen hohen **Synchronisationsgrad** aller Teilnehmer (Im Idealfall zu 100 % - was natürlich faktisch nicht zu erreichen oder dauerhaft aufrechtzuerhalten ist).

Es gilt der Grundsatz:

- Je besser es gelingt, den **Synchronisationsgrad der Überzeugungen** in der Genossenschaft – zumindest in den wesentlichsten Fragen – dauerhaft hoch zu halten, umso besser werden die Ergebnisse ausfallen.

Wenn Genossenschaften theoretisch zu der optimalsten Form des Wirtschaftens gehören, warum gibt es dann nur so relativ wenige davon, und die es gibt, sind auch nicht gerade so „faszinierend“, um einen SOG in Richtung Genossenschaft auszulösen!

Die Antwort – als Quantwort

- Zunächst und ganz allgemein, der Gedanke der Kooperation ist in der Wirtschaft noch längst nicht in all seinen Chancen und Vorteilen erprobt und erkannt worden.
- Wir leben nach wie vor stark von der Annahme geprägt, dass Konkurrenz die effektivere Wirtschaftsweise sei.
- Dennoch vollzieht sich ein langsamer und stetiger Wandel in Richtung Kooperation, was auch für Genossenschaften nicht ohne Folgen bleiben wird; je mehr die Vorteile eines kooperativen Wirtschaftens erkannt werden, umso **mehr** wird es auch die entsprechenden Wirtschaftsgebilde dazu geben, also auch Genossenschaften.
- Selbstkritisch sollten Genossenschaften nachvollziehen, dass Kooperation (besonders die daraus erwarteten Vorteile) nicht einfach so herstellbar ist, dass man z.B. ein Management-Modell - eines auf (innere) Konkurrenz angelegten Unternehmens - irgendwie auf eine Genossenschaft überträgt und **meint**, das sei eine Lösung.
- Bis heute gibt es keine wirklich ernstzunehmende Führungslehre **speziell** für Unternehmen auf kooperativer Basis.
- Selbst das, was Genossenschaftsverbände vorgeben, als „Spezialisten“ hierzu seit Jahren entwickelt zu haben, ist eigentlich nichts anderes, als vielleicht so etwas wie ein **Einstieg**.
- Gut zu zeigen lässt sich dies, dass sie lehren, dass Mitglieder „**motiviert**“ werden müssten.
- Wer jedoch meint, dass die Extra-Vorteile einer Genossenschaft zu erreichen wären, wenn man Mitglieder dazu bringt, das zu tun, was man selbst will, ohne dass diese dies so erkennen, ignoriert etwas Grundlegendes: Die **Überzeugungen dieser Mitglieder sind nicht synchron**.
- Nur der vermag wirksam zu kooperieren, der Kooperation quasi verinnerlicht hat.
- Und deshalb wäre „**inspirieren**“ der bessere Weg.
- Dabei ist es jedoch nicht mit dem Austausch der Begriffe getan, sondern es bedarf eines adäquaten Weges.
- In einer Genossenschaft wäre es z.B. fatal, wenn es dem Management mehr oder weniger gleichgültig wäre, wie die Mitglieder zu ihrem Beruf oder ihrer Tätigkeit stehen.
- Solche und ähnliche Fragen zeigen deutlich, dass **Kommunikation** und **Konsens** einen zentralen Stellenwert in einer gut funktionierenden Kooperation bekommen **müssen**.
- Viele der heutigen Probleme in Genossenschaften bestehen darin, dass dieser Konsens nur oberflächlich, nur scheinbar besteht.
- Das mag in konkurrenzorientierten Unternehmensform vielleicht angemessen sein, führt aber in kooperativ angelegten Unternehmen zu ständigen „Reibungsverlusten“ oder **Leistungsblockaden**.
- Es wird in einer Gesellschaft immer Menschen geben, die meinen, dass „Arbeiten nach oder mit Anweisung“ für sie die bessere Form ist, Geld zu verdienen.
- Nur für eine Genossenschaft macht eine **solche** Haltung wenig Sinn, weil sie die (eigentlich gewollten) „**Extra-Vorteile**“ schwächt. Die Folge: Manager in Genossenschaften beklagen sich lautstark über so etwas wie Gleichgültigkeit und Desinteresse der Mitglieder.

- So, wie ein Trainer im Fußball ganz gezielt seine Mannschaft mit geeigneten Spielern besetzt, diese gezielt anspricht, aussucht und anwirbt, um daraus die geeignete Mannschaft zu formen, sollte auch ein Manager einer Genossenschaft verfahren.
- Damit gewinnt z.B. die Situation „**Mitglieder-/Personalsuche**“ einen anderen Stellenwert, als dies bisher der Fall ist.
- Leider gibt es bisher noch nicht so etwas wie einen „Stellenmarkt für Tätig Beteiligte“, also Menschen, die **bewusst** eine Beschäftigung suchen, die ihnen zugleich Möglichkeiten eröffnet, mitzugestalten.
- Es macht einfach wenig Sinn, einen Menschen zum Mitglied „zu **machen**“, ohne klar definiert zu haben, was man dann von ihm erwartet.
- Das ist so, als würde man meinen, dass jemand schon deshalb ein guter Autofahrer sei, weil er einen Führerschein besitzt. ...

Zusammengefasst könnte gesagt werden:

- Sobald sich eine Genossenschaft darüber im Klaren ist, **welche** „Extra-Vorteile“ sie aufgrund ihrer Kooperationseigenschaft am Markt zu erzielen beabsichtigt, muss sie sich **konsequent darauf konzentrieren**, genau diese auch eintreten zu lassen, und das hängt maßgeblich von den Überzeugungen derer ab, die sich als bewusste (oder eben unbewusste) „Kooperierer“ (Genossenschaftler) verstehen.
- Alles andere wird den jetzt vorfindbaren Zustand nur fortsetzen, wir haben zwar eine „Hülle“, die sich Genossenschaft nennt, aber diese kann es einfach nicht schaffen, „**Extra-Vorteile**“ aus der Kooperation zu ziehen, weil zu wenig „**Kooperations-Konsens**“ besteht.
- Erst wenn es Genossenschaften gibt, die systematisch „Kooperation entwickeln bzw. entfalten“, kann so etwas wie Faszination wahrgenommen werden, und dann wird es auch den entsprechende SOG in Richtung Genossenschaft (unvermeidbar) geben, weil es immer mehr Beschäftigte in Unternehmen gibt, die nach einer Alternative suchen, weil sie mit ihrem Beruf mehr verbinden, als darin Geld zu verdienen, um sich in der Freizeit das kaufen zu können, was sie im Beruf vermissen, z.B. so etwas wie Erfüllung ...

Nun gibt es allerdings recht verschiedene Formen von Genossenschaften, in denen der Förderzweck auch entsprechend unterschiedlich ist.

Damit sind auch die Interessen der Mitglieder offensichtlich unterschiedlich.

So erwarten z.B. die Mitglieder in einer Handwerks- oder Agrargenossenschaft eher einen sicheren Arbeitsplatz, während die Mitglieder einer Wohnungsgenossenschaft angemessen, vorteilhaften Wohnraum oder Vermögensbildung erwarten, während eine Genossenschaft von Unternehmen gegründet, vielleicht mehr Aufträge erwarten, usw.

Lassen sie sich verschiedene Genossenschaften - im Hinblick auf den Kooperationsvorteil - überhaupt vergleichen?

Die Antwort - als QuAntwort

- Obwohl die Genossenschaften zum Teil sehr unterschiedliche Beweggründe haben, warum sie gebildet wurden, bleiben die Prinzipien dennoch im Grundsatz die Gleichen.
- Nur dann, wenn der **Synchronisationsgrad** hoch genug ist, werden sich auch die angestrebten Ergebnisse einstellen.
- Vergleichen wir das mit einem TEAM oder einer Gruppe, z.B. einer Fußballmannschaft, wird man schnell erkennen, dass es für eine erwartete **WIRK-KRAFT** mehr als der Addition von Einzelspielern bedarf.
- Es bedarf der eindeutigen **Übereinstimmung** in der Spielanlage, Spielmethode und natürlich dem Ziel.
- Je größer die Gruppe, umso schwieriger ist natürlich die Herstellung und der Erhalt dieses Konsens.
- So, wie im Fußball der Grundsatz gilt, dass „Spiele im Kopf gewonnen werden“, gilt das natürlich auch für eine Gruppe, die sich Genossenschaft nennt und auf dem „Spielfeld“ Wirtschaft tätig ist.
- Dieser **Grundkonsens ist die „Vitalkraft“ jeder Gruppe** und entscheidet maßgeblich über Erfolg oder Misserfolg.
- Das soll nicht heißen, dass es mit wenig Konsens nicht auch geht, aber dann wird eben der entscheidende Vorteil einer KOOPERATION sozusagen verschenkt.
- Formal besteht zwar die Genossenschaft, aber ihre entscheidende Kraft wird sie nicht entfalten können..
- Das lässt sich auch quantenphysikalisch gut erklären: Wenn ein höher Grad von Übereinstimmung besteht, **verstärkt sich das Quantenfeld** enorm und die Erfolgsenergie wird entsprechend größer.
- Ist der Konsens nur gering oder entsteht gar Widersprüchlichkeit, Kontroverse oder „Gegnerschaft“, schwächt das nicht nur das Quantenfeld, sondern baut Felder auf, die sich durch noch so engagiertes HANDELN **nicht** ausgleichen lassen.
- Deshalb gelingt es auch so schwierig, durch noch so gute Werbung oder PR, innere „Störfelder“ – die sich im Außen zeigen - zu korrigieren.
- Dabei kommt es auch weniger darauf an – wie viele meinen – welche Worte gesagt oder aufgeschrieben werden, viel entscheidender ist, was **gedacht** wird, wie die Gedanken-Schwingungen sind.
- Wenn eine Führungsgruppe in einer Genossenschaft z.B. denkt, dass die Mitglieder so oder so sind, dann wirkt das auf das Quantenfeld viel stärker ein, als wir oft annehmen und es ist dann fast egal, was dazu ausgesprochen wird....
- Natürlich haben die Mitglieder in unterschiedlichen Formen von Genossenschaften unterschiedliche Ziele und Interessen, aber das ist weniger entscheidend, weil es **nichts am Prinzip ändert**.
- Wenn die Handwerker erkennen, dass die erwarteten Vorteile erreicht werden, ist das genauso, wie, wenn Mitglieder einer Wohnungsgenossenschaft erkennen, dass gute Wohnungen zu guten Preisen entstehen oder die angestrebte Vermögensmehrung stattfindet.
- Wenn allerdings die Arbeitsplätze „wackeln“ oder sich Vermögen mindert, dann ist der Konsens hin und die **Kraft der Kooperation lässt dramatisch nach**.
- In solchen Situationen muss schnellstens der Konsens wiedergefunden werden, was auch gelingen kann, wenn die Gründe offen kommuniziert und

neue Grundlagen für Glaubwürdigkeit vorgelegt werden.

- Oft stellt man jedoch fest, dass eher eine „Politik“ der Entschuldigung gepflegt wird. Weil das aber nichts an den Erwartungen und Interessen der Mitglieder ändert, beeinflusst das auch das „Energiefeld“ der Genossenschaft nicht positiv.
- Gerade Wohnungsgenossenschaften mit hohen Mitgliederzahlen verhalten sich diesbezüglich recht unteroptimal.
- Nur selten findet dort eine stetige Information der Mitglieder statt, oft genug nimmt man es sogar hin, dass die Mitglieder z.B. über „Foren“ oder andere Formen im Internet „umfangreicher“ informiert werden, als aus der eigenen Genossenschaft.
- Wer das so hinnimmt oder leichtfertig „abtut“, vielleicht gar meint, dass das dem Unternehmen Genossenschaft keinen „Abbruch“ tut, der sollte sich dringend mit einem weiteren quantenphysikalischen Grundsatz beschäftigen, der besagt: **„Wohin die Aufmerksamkeit fließt, dahin fließt auch die Energie“**... - und die kann eben nützlich oder nicht nützlich für die genossenschaftlichen Ziele sein....

In unserer Genossenschaft (Handwerk) vermag ich einfach nicht zu erkennen, dass die Mitglieder sich ihrer Verantwortung als MitUnternehmer bewusst sind. Sollte man sich einfach von diesen trennen oder gibt es Wege, Verantwortungsbereitschaft zu erzeugen?

Die Antwort – als QuAntwort

- Man kann beides machen, nur eines geht **nicht**: Es so zu lassen, wie es ist!
- Das Ziel einer **traditionellen** Handwerksgenossenschaft ist es, z.B. das Thema Arbeitsplatzsicherheit und angemessenes Einkommen irgendwie als Förderzweck zu sehen.
- In einer **modernen** Handwerksgenossenschaft wäre das zu wenig, um einen sinnvollen Konsens zu erzeugen, einen der trägt und wirkt.
- Wir würden empfehlen, zunächst zu klären, was **genau** die Absichten sind, die von den MitUnternehmern erwartet werden.
- Schon in dieser Situation kann leicht erkannt werden, wie **bedeutsam** dieser Konsens für alle ist.
- Nachdem man Übereinstimmung in den betriebswirtschaftlichen Zielen (je präziser, je wirksamer!) erreicht hat, kommt es darauf an, auch Übereinstimmung über die Voraussetzungen zu haben, dessen man bedarf, **um** solche Ziele zu erreichen.
- Das beginnt bei der Qualifikation und umfasst natürlich auch das **unternehmerische Selbstverständnis**.
- Eure Genossenschaft zeigt recht deutlich, dass es bisher den Mitgliedern nicht klar war, was man in dieser Hinsicht von ihnen Besonderes erwartet.
- Das wäre jetzt nachzuholen.
- Wir würden zunächst einmal empfehlen, **wechselseitig** dazu die bestehenden **Grundüberzeugungen** zu kennen.
- Wer z.B. nur ein geringen Selbstwert besitzt, wird in dieser Verfassung wenig beitragen können, um den **erhofften** „Extra-Kooperations-Vorteil“ des

Unternehmens zu stärken.

- Wer z.B. ein diffuses Verhältnis zum – für einen Betrieb wichtigen Faktor – Geld hat („wir sind zu teuer“ ...- statt: Unsere Leistungen sind das wert ...) wirkt ebenfalls „**blockierend**“.
- Wer ständig an Sicherheit denkt, angstvoll daherkommt, förmlich überall etwas Negatives sieht und vermutet, ist auch nicht gerade ein nützliches Mitglied zur Verstärkung der „Unternehmer-Energie“, usw..
- Diese alles sind „**Blockaden**“, die das Eintreten der erwünschten „Extra-Vorteile“ mindern; sie haben für das Unternehmen eine weitaus größere Bedeutung, als gemeinhin angenommen.
- **Grundüberzeugungen** sind – quantenphysikalisch – nichts anderes als die Gedankenmuster, die bei jedem Menschen stets aktiv sind.
- Egal, was die Führung sagt, jedes Mitglied wird das Gesagte sofort mit seinen (eigenen) aktiven Gedanken-Mustern „überprüfen“.
- Auch wenn man an noch mehr seitens des Managements an notwendiges Verantwortungsbewusstsein appelliert, diese Appelle können einfach zu **keiner** stabilen Verhaltensänderung führen.
- Es bedarf zunächst des **Wollens des Betroffenen**, sich zu ändern. Wenn dieser tatsächlich vorhanden ist, gibt es genug wirksame Wege diese Gedanken-Muster zu erweitern in Richtung Notwendigkeit und Erwartung im Interesse der Genossenschaft.
- Fehlt es an dieser (tatsächlichen, nicht nur „getarnten“) Bereitschaft, sich auf Gedanken-Muster zuzubewegen, die **unternehmerische** Grundüberzeugungen sein müssen, dann bleibt nur die Trennung von diesem Mitglied als **MitUnternehmer** (bitte nicht zu verwechseln damit, dass er oder sie durchaus ein guter Mitarbeiter sein und bleiben kann).

Ich bin Mitglied in einer Wohnungsgenossenschaft, weil man mir gesagt hat, dass es sinnvoll wäre, gemeinsam Vermögen zu bilden, vielleicht auch mit Unterstützung der Genossenschaft leichter selbst Wohneigentum zu erwerben.

Die Antwort - als QuAntwort

- Die Idee, durch Kooperation Vorteile in der gedachten Weise zu erreichen, ist ein guter Einstieg.
- Schauen wir uns jedoch die Teilnahme an den Veranstaltungen an, wo der Mitgliederwille geformt und erfahren werden kann, den Generalversammlungen oder Vertreterversammlungen, dann wird davon leider zu wenig Gebrauch gemacht.
- So ist es wenig verwunderlich, wenn wir so eine Art „**Schulduweisungs-Kreislauf**“ erleben.
- Das Management vieler solcher (eigentumsorientierter) Wohnungsgenossenschaften beklagt sich über mangelndes Interesse der Mitglieder, die Mitglieder wiederum werfen den Vorständen vor, an ihren Interessen vorbeizuarbeiten.
- Das bringt für ein gutes Ergebnis genauso wenig, wie Fragen des Innenlebens von Genossenschaften im Internet zu diskutieren (meist in Foren, meist leider nur destruktiv)

- Auch macht es wenig Sinn, Mitgliederfragen einfach an Anwälte zu „delegieren“, die natürlich gern (gegen gutes Honorar) „behilflich“ sind, selten jedoch damit wirklich im Interesse des Mitgliedes.
- Eine Wohnungsgenossenschaft, die den „**Extra-Kooperations-Vorteil**“ wirksam werden lassen möchte, benötigt einen gut kommunizierten **Ziel-Konsens** zur Mitgliedschaft.
- Nehmen wir als Beispiel an, eine solche Genossenschaft verspricht, viele Aktivitäten zu bündeln. Im weitesten Sinne geht es dabei um Vermögensbildung in Form von Finanzmitteln oder Realwerten.
- Die Genossenschaft erwartet, dass die Mitglieder – in unterschiedlichster Form und Herkunft, möglichst viel Eigenkapital aufbauten, um damit günstig Immobilien zu bauen oder zu erwerben, die dann dazu genutzt werden, um Renditen zu erwirtschaften.
- Das Mitglied wiederum erwartet, dass die Genossenschaft – im weitesten Sinne - sein **Vermögen vermehrt**.
- Nur in wenigen Fällen ist das Interesse der Mitglieder **wirklich klar formuliert**, z.B. ob, wann, wo, wie, welche Immobilie erworben werden soll oder welche Rendite es – sofern es nicht um den Erwerb von Wohneigentum geht – erwartet, dafür dass es sein Geld in Geschäftsanteilen anlegt.
- Bei einem solch **vagen Grundkonsens** wundert es dann nicht, dass sich Disharmonie, Unzufriedenheit oder Desinteresse irgendwann breit macht.
- Hinzu kommen mindestens zwei weitere Faktoren, die nicht gerade stärkend auf die notwendige **Konsensbildung** hinwirken: Überregional tätige, strukturierte Vertriebe, die Mitgliedschaften so verkaufen, wie andere Versicherungen und eine – daraus folgende – überregional angesiedelte Mitgliedschaft.
- Oder vereinfacht ausgedrückt: Mitgliedschaften werden verkauft, weil dieser Verkauf gerade mal auf der „Angebotspalette“ dieser Vertriebe auftaucht. So etwas wie eine interessengeleitete, konsensbildende **Beratung** tritt dann ziemlich in den Hintergrund.
- Sicheres Indiz, dass es sich eher um eine „**Pseudo-Mitgliedschaft**“ (fehlender tatsächlicher Interessenkonsens) handelt, ist dann die nur geringe Identifikation (z.B. ausgedrückt durch Nichtteilnahme an Mitgliederversammlungen) oder eine hohe Storno-Quote (nur eine recht geringe Anzahl der Mitglieder steht längerfristig zu „seiner“ Genossenschaft)
- Natürlich kann man das so machen – von beiden Seiten – aber **wirklichen** Sinn macht das wenig, trägt zumindest nicht dazu bei, ein so interessantes Modell, wie das der Verbindung von Genossenschaft und Eigentumsbildung in **Richtung „Faszination“ und „Extra-Kooperations-Vorteile“** zu bewegen.
- Das Bild erinnert dann eher an eine Gaststätte unter vielen, deren Schließung keinen so recht berührt, weil das Menü nichts Besonderes war...
- Um den für eine **überlegene Unternehmensentwicklung** erforderlichen „Kooperations-Vorteil“ zu erreichen, kommt man nicht daran vorbei, einen breiten Grundkonsens zu erzeugen und aufrechtzuerhalten.
- Viele Führungen solcher Unternehmen scheinen entweder nicht in der Lage oder nicht Willens zu sein, diesen Grund-Konsens herbeizuführen oder die Bedeutung des „**Extra-Vorteils**“ zu sehen, sonst würden sie einiges unternehmen, ihn zu erzeugen.

- Denkbar wäre z.B., solche Genossenschaften mit i.d.R. unterschiedlichem Grundkonsens betreffend der Entscheidung zur Mitgliedschaft, mit sog. Fachbereichen auszustatten, die dem jeweiligen Interesse der Mitgliedergruppen entsprechen.
- So könnte es z.B. einen Fachbereich für Wohneigentumsbildung geben, einen für Vermögensbildung und einen weiteren für „Betreutes Wohnen“, etc., ganz so aufgestellt, wie die aktuell vorfindbaren Mitgliederinteressen dies hergeben.
- Diese Fachbereiche könnten – jährlich interessant durchgeführt – durchaus dazu beitragen, Mitgliederinteresse und daraus folgend, die **Mitgliederbindung** zu verstärken. Solche Konferenzen wären auch ein interessantes **Beratungsforum** und würden ganz sicher die Mitglieder auch ermuntern können, ihre Geschäftsanteile zu dynamisieren.
- Damit würde auch ein weiterer Nachteil dieser Wohnungsgenossenschaften zu den traditionellen, regional tätigen „Bestandsgenossenschaften“ abgebaut, der der **Anonymität** der Entscheider.

Gibt es in einer Genossenschaft so etwas, was man besonders beachten sollte, wenn man Erfolg mit dieser speziellen Unternehmensform haben will?

Die Antwort - als QuAntwort

- Wir halten die Übereinstimmung in den wichtigsten Überzeugungen – nicht nur bezogen auf Beruf und Unternehmen - der Mitglieder für eine der grundlegenden Voraussetzungen dafür, dass eine Genossenschaft, die in ihr latent vorhandenen echten Vorteile, auch zur **Entfaltung** (Wirksamkeit) bringen kann.
- Die langjährig eingeübten und verfestigten Grundüberzeugungen jedes Menschen sind der Ausgangspunkt, auf den jeder Mensch zunächst zurückgreift, sozusagen der „**Ausgangspunkt**“ sämtlicher seiner Gedanken.
- Deshalb halten wir es für unverzichtbar, dass sich alle Mitglieder einer Genossenschaft ihrer **persönlichen Grundüberzeugungen** bewusst werden.
- Wer z.B. die Grundüberzeugung hat, dass sein **Selbstvertrauen** nur gering ist, wird niemals bereit sein können, neue Ideen oder Vorschläge einzubringen, weil er oder sie meint, dass diese sowieso keine Akzeptanz finden werden.
- Wer andererseits die Grundüberzeugung hegt, dass alles, was er oder sie „anpackt“, schon immer gut war, wird jeden Tag bei seiner Arbeit daran denken, was noch zu verbessern wäre.
- Was wir damit meinen ist Folgendes: Der eine richtet seine Aufmerksamkeit auf die Arbeit und denkt „**hoffentlich mache ich keine Fehler und falle nicht unangenehm auf**“, während der andere bei gleicher Situation daran denkt, „**wie kann ich das noch verändern, sodass wir es z.B. preiswerter oder zeitgünstiger durchführen können**“ und weiter, „**wie werden meine Kollegen staunen, wenn ich ihnen das gute Ergebnis dieser neuen Vorgehensweise präsentieren kann**“.

- Solche grundlegenden Überzeugungen haben bisher kaum eine Rolle gespielt, wenn es um die **Aufnahme von Mitgliedern** ging.
- Es reichte aus, wenn der berufsbezogene Teil „irgendwie okay“ war.
- Um diese Person als Mitarbeiter einzustellen, mag – aber auch da hätten wir bezüglich einer Genossenschaft inzwischen Einwendungen – ausreichend sein, aber wenn wir erwarten, dass sie sich auch als **MitUnternehmer** verstehen und verhalten können bzw. sollen, reicht das eben **nicht** aus.
- Kein Alleingesellschafter einer GmbH käme auf die Idee, Menschen am Unternehmen zu beteiligen, die auf „**Grundüberzeugungen**“ **festsitzen**, die alles andere als unternehmerisch sind.
- Es ist schon ein gut durchdachter Satz, den eine erfolgreiche Genossenschaft in ihre Werbung eingefügt hat, der lautet: „**Bei uns bedient sie immer ein Chef**“, denn sie haben es offensichtlich begriffen, was **unternehmerisches Denken und Handeln „auf breiter Front“** für eine Wirkung nach innen und gegenüber dem Kunden auslösen kann.
- Wir wissen heute aus der Neurowissenschaft und anderen Wissenschaftsbereichen recht gut, dass und wie sich auch die „verfestigsten“ Grundüberzeugungen (genannt Glaubenssätze) **jedes** Menschen und **zu jeder Zeit** verändern lassen. Aber wir wissen auch, dass jeder Mensch **nur** ausgehend von diesen Grundüberzeugungen zu denken und zu handeln vermag.
- Zu meinen, dass ein Seminar da und ein Seminar dort, es schon „richten“ wird, ist eine kühne These und wird von der Erfahrung leicht widerlegt.
- Um – vereinfacht gesagt – eine „**typische** Arbeitnehmer-Überzeugung“ in eine **gewünschte „(Mit-) Unternehmer-Überzeugung“** zu wandeln, dazu bedarf es zunächst eines **festen Willens** und einer **klaren Absicht** des Betroffenen.
- Überzeugungen sind nichts anderes als Gedanken, die immer wieder in gleicher Weise gedacht wurden und sich zu **Gedanken-Mustern** (Glaubenssätzen) verdichtet haben.
- Die Annahme, dass hinderliche Überzeugungen leicht zu „beseitigen“ wären, ist der „Irrtum“ der Richtung die meint, alles „einfach positiv reden zu müssen“.
- Vielmehr muss es gelingen, dass die beabsichtigten neuen (förderlichen) Überzeugungen, eine **höhere Akzeptanz** bei den Betroffenen erhalten, was fortan dazu führt, dass es die **neuen Gedanken** sind, die aktiviert werden.
- Wer dies selbst testen will, hier ein einfaches Beispiel:
 - Wähle z.B. den Gedanken: „Ich habe eben kein Selbstvertrauen“ und achte jetzt darauf, wie du dabei empfindest.
 - Wähle z.B. dann den Gedanken: „Es gelingt mir immer besser, mehr Vertrauen zu mir selbst zu haben“ – und achte auch auf diese Empfindungen.
 - Vergleiche jetzt beide Empfindungen miteinander und frage dich: „Welcher Gedanke ist für mich angenehmer?“.
- Jeder Mensch strebt grundsätzlich danach, sich gut zu fühlen. Unsere Aufgabe wäre es jetzt „nur“ noch, ihm zu zeigen, wie er Gedanken jederzeit **selbst „erzeugen“** kann, die seine Empfindungen verbessern, mindest ihm aber etwas Entlastung verschaffen.
- Das ist es, was wir als den **Erfolgsweg** jeder richtig aufgestellten Genossenschaft bezeichnen, sozusagen der „**Königsweg des**

genossenschaftlichen Kooperationserfolgs“.

Worin genau liegt der Vorteil, den eine quantenphysikalisch ausgerichtete Betrachtungsweise für Genossenschaften erbringt?

Die Antwort – als QuAntwort

- Bei einer quantenphysikalisch ausgerichteten Betrachtungsweise denken wir weniger über Handlungen an sich nach, sondern vielmehr über die Kraft oder Energie, die **zu den Handlungen führt**, die wir beabsichtigen oder erwarten.
- Bei dieser Betrachtungsweise geht es – vereinfacht ausgedrückt – um die „**Energie hinter den Zahlen**“ (z.B. einer Bilanz oder einer GUV).
- Menschen sind wahre „**Energie-Kraftwerke**“, man spricht z.B. davon, dass jede unserer Milliarden Zellen unseres Körpers 1,2, Volt repräsentiert.
- Unsere Sinne sind eigentlich nichts anderes als Interpretieren der uns umgebenden Schwingungsfelder.
- Beispiel: Zwar nehmen wir an, Farbe zu sehen, wissen aber aus der Physik, dass es eigentlich keine Farbe gibt, nur unterschiedliche Lichtschwingungen, die ein Gegenstand „sendet“. Diese Schwingungen nehmen wir mit unserem Auge wahr und leiten sie an entsprechende Rezeptoren im Gehirn. Dort werden sie als die Farbe interpretiert, die wir dem Gegenstand zusprechen.
- Unsere Sinne, gleich ob Gehör, Geschmack, Temperatur oder Geruch, sorgen nur dafür, dass wir Schwingungen interpretieren können, die dazu „passende Welt“ entsteht erst **in** unserem Gehirn.
- Bis dahin handelt es sich also nur um „neutrale“ Schwingungen.
- Nun wissen wir alle, dass die gleiche Musik (Schwingung) von dem einen als angenehm und dem anderen als unangenehm empfunden (interpretiert) werden kann.
- Das hängt maßgeblich mit unseren (eingeübten) Überzeugungen zusammen.
- Ähnlich ist dies auch mit Worten.
- Spricht ein Manager z.B. von „**mehr Bereitschaft zur Verantwortung**“ und hören diese Worte 10 Mitglieder, können wir davon ausgehen, dass dazu jeder eine andere (seine eigene) Vorstellung oder Überzeugung hat.
- Und genau aus diesen (**eigenen**) Überzeugungen heraus entsteht die dann „ausgedachte Bedeutung“. (Das kann man leicht erleben, wenn man diese Mitglieder bittet, aus diesen 4 Worten („mehr Bereitschaft zur Verantwortung“) eine **kleine Story** zu schreiben.
- Wir werden uns wundern, was die zu diesen Worten folgenden nächsten Gedanken sein können, an die sich weitere, weitere, weitere Gedanken dann so anschließen, wie sie der Überzeugung jedes dieser 10 Mitglieder entsprechen.
- Bedenken wir, wie oft während der Arbeitszeit Anweisungen, Anordnungen, Hinweise, Anregungen, usw. von Mitgliedern / Mitarbeitern **zu interpretieren** sind, dann haben wir eine erste Vorstellung, wie wichtig die richtigen **Grund-Überzeugungen** sind.

- Lassen sie uns die Übung noch ein klein wenig weiterdenken. ...
- Die Mitglieder haben nun alle ihre kleine Story „erdacht“ und zu Papier gebracht.
- Fragen Sie sie doch jetzt einmal, warum sie die Story **so und nicht anders** formuliert haben?
- Man wird Sie erstaunt anschauen und leicht irritiert fragen, was oder wie Sie das meinen?
- Der so abgelaufene Vorgang, wird offensichtlich völlig unbewusst gesteuert, Das zeigt, er baut auf den gespeicherten Überzeugungen zu diesem Thema auf.
- Es geht einfach nicht anders, so denken i.d.R. unsere Mitglieder oder Mitarbeiter.
- Jetzt nennen Sie nochmals die gleichen 4 Worte („**Mehr Bereitschaft zur Verantwortung**“) und geben Sie ein „Bild“ vor, in dem diese 4 Worte eine entsprechende Rolle spielen soll, z.B. die „**Vorbereitung einer Baustelle**“ oder „**Service für den Kunden**“.
- Zwar werden Sie immer noch recht abweichende Storys erhalten, aber sie nähern sich bereits in der Richtung (Intention) einander an.
- Je mehr Sie ihre **Hinweise präzisieren**, umso mehr werden sich die Storys gleichen (können), was uns zeigt, dass die „Gedanken in Bewegung“ gekommen sind, es wurde auf **geeignete Grundüberzeugungen** (vielleicht passivere) zurückgegriffen.
- Experten gehen davon aus, dass unsere Mitarbeiter (Mitglieder) etwa **25.000 Gedanken** während der Arbeitszeit denken, **wovon lediglich 10 maximal 15 % (nur 2500 bis 2750) für sie (und damit auch für das Unternehmen) nützlich oder förderlich sind.**
- Das ist die wertvolle „Energie hinter den Zahlen“ (besser: „**in den Köpfen**“), die z.B. die Differenz zwischen einem Mitarbeiter und einen MitUnternehmer ausmachen sollte oder kann, sofern dies erkannt wird.....
- Das ist die „Energie“, die in einer Genossenschaft **maßgeblichen** Anteil daran hat, den „**Extra-Vorteil**“ zu realisieren oder eben auf ihn zu verzichten.
- Die Neurowissenschaft zeigt uns, dass es fast unmöglich ist, unsere Gedanken zu **kontrollieren**, zumindest nicht längere Zeit. Dann wirken sofort wieder die **alten** Überzeugungen (und erzeugen daraus die weiteren Gedanken).
- Ohne Änderung unserer Überzeugungen kann es **nur** eine Fortsetzung des bisherigen („alten“ Denkens) geben – und das kann nichts anderes erbringen, als die alt-bekanntes Ergebnisse.
- Die Quantenphysik macht uns darauf aufmerksam, dass „Etwas zu beobachten, zugleich heißt, Einfluss auf das Ergebnis zu nehmen“ - und das geschieht durch unser **Denken**.
- Dann macht es den kleinen, aber **wichtigen Unterschied**, „was wir beobachten wollen“, also welche Absicht wir haben.
- Dann macht es den kleinen aber wichtigen Unterschied, ob ein „**echter MitUnternehmer**“ in unserer Genossenschaft denkend handelt oder ein „typischer Arbeitnehmer“.
- Natürlich denkt immer ein Mensch, aber nicht immer einer der **unternehmerische Grundüberzeugungen** einbringt.
- Diese müssen entweder eingebracht (mitgebracht) oder erzeugt werden ...

Zusatzfrage:

Und wie ist das bei Genossenschaften, wo es keine MitUnternehmer gibt – z.B. im Wohnungsbau?

- Im Grunde nicht viel anders.
- **Wenn** der „genossenschaftliche Extra-Vorteil“ genutzt werden soll, **muss** ein Höchstmaß an Konsens (oder Überzeugung) bestehen.
- Ein Mitglied, das z.B. Zweifel daran hat, ob die Genossenschaft das einzuhalten vermag, was ihm versprochen wurde, ist genauso kontraproduktiv, wie ein Mitglied, das wütend ist, weil es das, was es bekommen wollte, nicht bekommen hat.
- Quantenphysikalisch gesehen, ist eine Genossenschaft eine Art „**Energiefeld**“, nennen wir sie vereinfacht die „**WIR(K)-KRAFT**“.
- Auf die Zusammensetzung dieses „Feldes“ (Schwingungen) haben die Mitglieder durchaus einen förderlichen (stärkenden) oder blockierenden (schwächenden) Einfluss – wir sollten den Einfluss der „**Beoachter** auf das Ergebnis“ nicht unterschätzen ...

Wie kann eine unternehmerische Grundüberzeugung bei Mitgliedern oder potenziellen Mitgliedern gefördert oder „erzeugt“ werden?

Die Antwort - als QuAntwort

- Zunächst wäre es wichtig festzuhalten, dass sie **weder** „verordnet“, noch einfach „unterstellt“ werden kann.
- Sie muss von allen Betroffenen **wirklich und vorbehaltlos** gewollt oder beabsichtigt werden.
- Dazu ist eine Übereinstimmung der Überzeugung notwendig, dass durch die Beteiligung **jede Seite** ihre Interessen besser verwirklicht sehen kann, als dies ohne eine Beteiligung wäre.
- Wohl gemerkt, wir beziehen uns nur auf solche Genossenschaften, die **bewusst** eine kooperative Unternehmensform gewählt haben oder aufrechterhalten wollen, weil sie die latenten „**Extra-Vorteile**“ dieser Form erkannt haben und diese jetzt „einfahren“ wollen, sozusagen **erfolgsorientiert** vorgehen (wobei Erfolg nicht auf monetäre Aspekte reduziert werden sollte (!) sondern sehr vielschichtig sein kann, wie z.B. mehr Arbeitsfreude, mehr Freiheit, mehr Rendite, mehr Stabilität, etc.).
- Wir nehmen noch zu einseitig an, dass es die **Worte** sind, die Menschen verändern. Vielmehr als Worte, können jedoch die **Lebenserfahrungen** zu Veränderungen beitragen.
- Wer z.B. aus einem Unternehmen kommt, in dem kein Mitarbeiter zugleich MitUnternehmer war, dann wird er oder sie recht genau wissen, dass die wichtigsten Entscheidungen, die auch ihren Arbeitsplatz betrafen, ihnen „**vorgegeben**“ waren.
- Natürlich gibt es auch kluge GmbH-Gesellschafter-Geschäftsführer, die es gut verstehen, ihre Mitarbeiter in Entscheidungen „einzubinden“. Aber

letztlich entscheidet der Eigentümer immer selbst und wem das dann nicht passt, muss sich **anpassen** oder eben gehen, egal wie sehr der Mitarbeiter letztlich von der Richtigkeit seiner Position überzeugt ist, diese vielleicht sogar auch besser sein mag.

- Es ist eben das Unternehmen „eines Anderen“ oder „von Anderen“ und das ist eben hinzunehmen oder selbst anders zu machen, also ein eigenes Unternehmen zu gründen, oder sich an einem Gemeinschaftsunternehmen zu beteiligen, wie einer Genossenschaft.
- Dazu muss jeder jedoch **bereit** sein, sich zu **verändern**, weil ohne Änderung der Grundüberzeugung eben kein Arbeitnehmer zum MitUnternehmer werden kann.
- Mit der Grundüberzeugung eines Arbeitnehmers kann einfach kein MitUnternehmer entstehen! Ein Teilhaber benötigt eine „Teilhaber-Grundüberzeugung“, sonst ist er für die Genossenschaft **kein „Zugewinn“**.
- Wir können es nicht oft genug wiederholen: Eine Genossenschaft entfaltet ihre Überlegenheit gegenüber allen nichtkooperativen Unternehmen dadurch, dass sich – aufgrund einer hohen Synchronisationsrate – eine **exponentielle Verstärkung der „Unternehmerischen-Erfolgs-Energie“** ergibt.
- Wir wollen es bildlich – vereinfacht – so ausdrücken: Je mehr die Aufmerksamkeit zu synchronisieren ist, umso mehr verstärkt sie sich, wird sozusagen von einer „Taschenlampe mit hoher Streubreite“ zu einem **„Laser mit starker Energiebündelung“**.
- Aus dieser Konzentration der Energie in gleiche Richtungen entsteht letztlich das, was wir den **„Kooperations-Vorteil“** nennen.
- Quantenphysikalisch ausgedrückt, haben wir es hier mit einer **gerichteten Beschleunigung im Quantenfeld** zu tun oder ganz so, wie ein kleiner Generator wenig Strom (Energie) erzeugt und ein großer Generator, entsprechend mehr vom Gleichen.
- Dieser **„Verstärker-Effekt“** ist jedoch nur zu erreichen, wenn möglichst Viele oder möglichst Alle auf **„gleicher Frequenz senden und empfangen“**.
- Es ist also unabdingbar – sofern dieser Effekt genutzt werden soll – die Mitglieder zum entsprechenden unternehmerischen Denken und Handeln zu **befähigen** und darauf zu achten, dass dies sich stetig in Wort und Tat widerspiegelt.

Hinweise

Die QuAntworten werden bei neuen Fragen fortgesetzt – Jeder oder jede Person ist gern aufgerufen mit interessanten Fragen an der Weiterentwicklung des Genossenschaftsgedankens mitzuwirken.

QuAntworten sind – vereinfacht ausgedrückt – **Antworten**, die mit den Erkenntnissen der modernen **Quantenphysik** optimiert sind.

QuAntworten eröffnen somit völlig neue und zum Teil verblüffende Perspektiven. Es ist schon spektakulär, wenn Quantenphysiker heute annehmen, dass RAUM und ZEIT eigentlich nicht wirklich existieren, sondern wir deren Existenz lediglich sinnlich so empfinden. Es muss nachdenklich machen, wenn Quantenphysiker die These aufstellen, dass im Ursprung letztlich alles EINS ist, usw. Grenzen und Begrenzungen, die unsere Sinne als REALITÄT bezeugen, sind für die Quantenphysik nichts anderes als Fiktionen.

Eine kleine Metapher mag dies verständlich machen: Auch wenn wir sie nicht sehen, sind sämtliche Fernseh- und Radioprogramme genau **jetzt** als Schwingungsfrequenz verfügbar, direkt in unserem

Raum, direkt vor unseren Augen und Ohren. Aber erst wenn wir das Empfangsgerät einschalten, können wir sehen oder hören

Anzunehmen, etwas, das unsere (begrenzten) Sinne nicht wahrnehmen können, sei nicht da, das ist die Welt der „Antworten“. **QuAntworten** akzeptieren solche Begrenzungen nicht – und das führt zu neuen Ergebnissen.

Auch, wenn wir **QuAntworten** – weil ungewohnt für uns – nicht gleich akzeptieren können, es wäre gut, sie wenigstens zu kennen. Allein das offensichtlich hoch wirksame Gesetz der **Resonanz** (Gleiches zieht immer Gleiches an, so etwas wie „wegstoßen“ gibt es einfach nicht!) verändert völlig viele vermeintlich „richtige“ Ergebnisse und verschafft uns manchen „Aha-Effekt“. Wir sind „Meister“ darin, etwas „nicht zu wollen“, „etwas zu bekämpfen“, „Widerstand aufzubauen“ Könnte es nicht sein, dass wir eigentlich genau damit das verstärken, was wir ablehnen ...?

Politik, Gesundheit, Wirtschaft, Verteidigung, usw. ... - sind am Ende die Ergebnisse so unbefriedigend, weil wir immer wieder die **gleichen „Denk-Fehler“** machen? Wer heute wirklich Erfolg haben will, sollte die neuesten Erkenntnisse der Quantenphysik wenigstens ernsthaft selbst ausprobiert haben,. **QuAntworten** bieten dafür einen interessanten Einstieg ...

QuAntworten – Denken im Feld der Schwingungen und Energie!