

# News vom Marketing-Club Neckar-Alb



## **Neue Ideen entwickeln, Marken- & Marketing-Wissen aufbauen, von den Besten lernen, Kontakte knüpfen und spannende Gespräche führen.**

### **Innehalten zum Jahresanfang**

19.01.2023

### **MCNA on Tour // Januar 2023**

Vorhaben und Vorsätze im Sinn hatten wohl alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer des ersten Club-Abends 2023 mit in den Reutlinger Innoport gebracht. Von den anlässlich eines Jahresbeginns oft von Neustart und Vortrieb geprägten Themen hob sich der Vortrag von Thomas Schönmetz ab. Der in Münsingen mit dem Schulungszentrum "TS-Methoden" ansässige Unternehmensberater propagierte in seiner Hinführung zum Begriff des "Gedankenmanagements" die Besinnung auf das Gehirn und das Vordenken angesichts anstehender Aufgaben.

"Wir kennen vielfältige Optimierungsmethoden, aber in den Köpfen sind wir immer noch wie in der Steinzeit. Wer sind wir? Wie funktionieren wir? Wie können wir uns steuern?" Moderator Roland Bertler übergab das Mikrophon zusammen mit mächtig großen Fragen an Schönmetz. Der hielt pointiert dagegen: "Klar sehen! Klar denken! Klar handeln!" Den Einstieg dazu wählte Schönmetz eher tief, indem er auf die beiden Seiten der Medaille verwies, von denen nur eine zu sehen, die andere aber dennoch existent sei. Was sich wie das Backen postweihnachtlicher Allgemeinplätze anließ, entwickelte er allmählich weiter zu der Aussage, dass sich ein Gesamtbild erst unter Einbeziehung verschiedener Perspektiven und Quellen zusammensetzt. Und: "Zweifeln darf man!"

Haupthindernis für unverstelltes Sehen und Denken sei man indes selber. Über 90 Prozent der Gedanken in einem menschlichen Gehirn seien negativ oder Ablenkung. Nur 3 Prozent seien hingegen positive Gedanken, "die uns vorwärts bringen". Schönmetz nannte diesen Missstand "emotionale Verwirrung", die dafür Sorge, dass auch Top-Profis etwa wegen privatem Stress teure Fehler im Beruf unterlaufen. Wegen der messbaren Ausschläge der Gehirnströme sprach Schönmetz von "Gewitter im Kopf" und erzählte von einer Versuchsanordnung mit 300 Probanden, denen während der Enzephalographie menschliche Hilfeschreie vorgespielt wurden. Einzig ein Zen-Meister habe einen nachweislich klaren Kopf behalten und den starken Reiz weiter als Simulation abgeblockt. Schönmetz führte diese Fähigkeit auf die Neuroplastizität, also die Formbarkeit der Verschaltungen im Gehirn, zurück. Das Training dafür sei Meditation.

Klangschalen und Räucherstäbchen braucht es nicht, wie Schönmetz anhand einer kleinen Übung demonstrierte, bei der er die Anwesenden still fünfmal ausatmen ließ. "Atemzüge zählen bringt einen runter", empfahl Schönmetz, und man finde täglich Dutzende Gelegenheiten, dies zu tun, auch im Stehen. "Das ist langweiliger Scheiß", kommentierte Schönmetz an dieser Stelle selbst den Inhalt seines eigenen Vortrags. "Aber so richtig langsam zu laufen, das ist ein Problem." Zur Unterfütterung diene Schönmetz eine weitere Geschichte von einem in den Alpen abgestürzten Hobby-Mineralogen, der - im Wissen, erst in mehreren Tagen Hilfe erwarten zu können - ein langes Pfingstwochenende schwer verletzt überstand, indem er sich mit entsprechenden Übungen aus einer Yoga-Zeitschrift bei Bewusstsein und dabei auch die Körpertemperatur hielt.

Klarheit helfe auch beim wirtschaftlichen Überleben, besonders wenn es von der Transformation eines Unternehmens abhängen kann. Dabei zog Schönmetz als Vergleich Variationen von krabbelnden Schmetterlingsraupen heran, die sich bei allen Unterschieden auf der gleichen Entwicklungsstufe befinden. "Transformation ist es erst dann, wenn es fliegt." Damit dies gelinge, sei "lockeres Vordenken" gefragt, im Unterschied zum "Nachdenken" über geschehenes Unheil. Schönmetz hatte sich dazu eine passende Vorgehensweise aus Management-Regeln des Benediktiner-Ordens herausgefiltert: "Das Team trinkt miteinander Bier als Zungenlöser und jeder sagt ohne Bewertung, was er denkt." Der Vorteil gegenüber einem Brainstorming liege darin, erst nachträglich eine Struktur in die Vorschläge zu bringen und diese nicht gleich in eine bestimmte Richtung zu lenken, denn "die besten Ideen kommen nicht von externen Beratern sondern von den eigenen Mitarbeitern", wusste Schönmetz aus seiner eigenen Erfahrung.

Schließlich fragte Bertler nach den Problemen, mit denen Kunden zu "TS-Methoden" kommen und den Ansätzen der Beratung. Schönmetz nannte als Beispiele die Erweiterung der Produktpalette, das Verhalten der Vertriebsmannschaft oder den Aufbau einer neuen Abteilung. Am Anfang stehe dann meistens ein Workshop, in dem

die Beteiligten an ihrer Wahrnehmung arbeiten. Dass dies auch recht anstrengend sein kann und Blockaden überwinden muss, klang durch, als Schönmetz eine Redewendung bemühte: "Es gibt Hunde, die man zum Jagen tragen muss - bei denen fangen wir im Unternehmen nicht an." Das ließ sich auch als Hinweis zum Erkenntnisgewinn verstehen, der sich eigentlich auf alle Veranstaltungen des Marketing-Clubs anwenden lässt: Wer zugriff, nahm etwas aus dem Abend mit.

Quelle: <https://www.mcna.de/aktuelles/vom-mc-neckar-alb/lorem-ipsu-3-1-5-1-2>