



THUMM & PARTNER  
Unternehmensberatung

## Wie viel Krise brauchen wir?

### Mit dem Gesetz der Anziehung Unternehmen in Schwung bringen

Ute Thumm

*Der Himmel über der Zukunft sieht düster aus. Die Krise macht Angst. Die Medien senden Hiobsbotschaften. Die Wirtschaft krankt, die Sozialsysteme knistern bedrohlich und die Politik stopft täglich neue Löcher.*

*„Krisen fördern Kreativität.“*

Spätestens hier sind Sie als Leser voll in negativen Gedanken verankert. Geht es auch anders? Matthias Horx, Zukunftsforscher, versucht, die positiven Seiten von Krisen hervorzuheben: „Krisen fördern Kreativität. Denn sie zwingen die Menschen, mit neuen Lösungen den gestiegenen Herausforderungen und Problemen zu begegnen.“ Menschen konzentrieren sich wieder auf das Wesentliche, auf das, was die Lebensqualität wirklich verbessert. Die Diskrepanz zwischen Wunsch und Wirklichkeit könnte kaum größer sein. Und doch – was wäre, wenn es tatsächlich gelänge, trotz allem einen Zustand des Glücks, der Zufriedenheit, der Begeisterung und der Freude zu schaffen?

*„Das Eisbergphänomen: enormer Aufwand mit geringfügiger Wirkung.“*

Schaut man sich heute in vielen Unternehmen um, hat man den Eindruck, dass mit Druck und Vehemenz Reorganisationen bis zur vollkommenen Erschöpfung und Überlastung betrieben werden. Werden diese über Downsizing, Strukturanpassungen, Prozessverbesserungen, optimierte Abläufe und neu aufgesetzte Strategien angegangen, wird „im Äußeren“ gearbeitet. Prof. Wolfgang Berger nennt das bei seinem Business-Reframing-Konzept den Kategorienfehler im Management. Man könnte es auch das Eisberg-Phänomen nennen. Nur 5 % der Masse eines Eisberges sind sichtbar. 95 % sind verborgen und haben wesentlichen Einfluss auf das Verhalten des Eisberges. Den Führungskräften ist häufig nicht bewusst, dass sie über 5 % - die Anpassung von Strukturen und Prozessen - den Kurs des Unternehmens mit enormem Aufwand und geringfügiger Wirkung zu beeinflussen versuchen.

So arbeiten viele Unternehmen im Außen, bevor sie Klarheit haben, wer sie sind und wer sie sein wollen. Die äußere Welt spiegelt immer nur, wer sie sind. Wenn die äußeren Umstände verändert werden sollen, müssen wir uns selbst erst verändern.

*„Nicht betriebswirtschaftliche Zahlen, sondern die Gedanken der Menschen entscheiden über Erfolg eines Unternehmens.“*

Diese Phänomene lassen sich in der Zwischenzeit mit Gesetzen der feinstofflichen Physik, der Quantenmechanik, belegen. Wer mit Druck und Angst seine Mitarbeiter führt, will die 5 % des Eisberges bewegen und registriert nicht, dass die Frustration, die Ängste und die Verunsicherung der Mitarbeiter in alle Richtungen strahlen. Das Energiefeld wird dadurch schwach. Merkbar ist das z.B. in einer Verschlechterung der



THUMM & PARTNER  
Unternehmensberatung

Qualität der Produkte und Dienstleistungen, in Handlungsunfähigkeit, höherer Fehlerwahrscheinlichkeit und blockierter Innovationsfähigkeit. Nicht die betriebswirtschaftlichen Zahlen eines Unternehmens sondern die Gedanken der Menschen über ihre Firma sind vielfach für den Erfolg entscheidend.

Eine weitere Betrachtungsweise: Unser zentrales Nervensystem verfügt über fünf Milliarden Zellen, Neuronen genannt. Sie empfangen, integrieren, produzieren und übermitteln Signale. Die Dendriten, ihre feinen Verästelungen, sind Rezeptoren, die in einem Feld schwingen, das über den Körper hinausgeht. In diesem Feld existiert jeder Gedanke und jedes Gefühl als elektromagnetischer Impuls.

Zwischen dem geschaffenen Vorstellungsbild und den Schöpfern der gewünschten Zukunft besteht eine energetische Verbindung. Je lebhafter und konkreter die entstandenen Bilder sind, umso höher sind die Energie und damit die Anziehungskraft der Vision. Die Qualität der Vision schlägt sich in der „Ausstrahlung“ des Unternehmens nieder.

Wenn Mitarbeiter sich mit der Unternehmensvision identifizieren, entsteht ein positives, kollektives Bewusstseinsfeld. Man könnte es auch als ein starkes gemeinsames Mindset bezeichnen.

*„Die feinstoffliche Physik erklärt, wie unsere Gedanken und Gefühle über unseren Körper hinaus wirken.“*

Es ist phantastisch zu begreifen, dass diese feinstofflichen physikalischen Kräfte beschreiben, wie weit unsere Gedanken und Gefühle tatsächlich wirken. Wenn wir diese energetischen Vorgänge verstehen, verinnerlichen und beherzigen, können wir kreative, schöpferische Prozesse in Gang bringen, die durch hohe Schwingungen gekennzeichnet sind. Folglich ist die Eigenschwingung eines Unternehmens umso kraftvoller, je mehr gleichartige Schwingungen der Mitarbeiter sie verstärken.

*„Resonanz: Wirkungen ziehen Ursachen an.“*

Resonanz ist nichts anderes, als ein Maß für die Gleichschwingung von Wellen zwischen Feldern. Auch Menschen können ähnlich wie eine Geige mit ihren Saiten, als Resonanzkörper wirken, wenn sie in ihrer Schwingung angesprochen werden. Die Resonanzkörper bilden ein Feld, das bei Gleichschwingung ausstrahlt und anzieht. Dabei ist wichtig zu verstehen, dass Wirkungen sich nicht aus Ursachen ergeben, sondern Wirkungen ziehen die Ursachen an, die sie zu ihrer Verwirklichung brauchen.

*„Die Krise ist ein Resultat der Summe negativer Schwingungen weltweit.“*

Das Problem an der aktuellen Krise ist, dass vieles schlecht ist oder schlecht geredet wird. Dadurch entsteht noch mehr negative Energie. Betrachtet man die Krise aus energetischer Sicht, ist sie ein Resultat aus der Summe negativer Schwingungen, die eine Vielzahl an Menschen überall auf der Welt aussenden.

Die gute Botschaft dabei ist, dass wir nicht Opfer dieses negativen Massenbewusstseins sein müssen, sondern uns frei entscheiden können, neue Drehbücher zu



THUMM&PARTNER  
Unternehmensberatung

schreiben und die positive Energie zum Schwingen zu bringen. Wollen wir den aktuellen Zustand nachhaltig verändern, braucht es eine bewusste Entscheidung, den Fokus unseres Denkens und Fühlens, und damit unsere Energie, auf das zu verlagern, was wir wirklich wollen. Wir bekommen im Einzelnen wie im Kollektiv das, worauf wir unseren Fokus lenken – im Positiven wie im Negativen.

Lynn Grabhorn beschreibt dies als das Gesetz der Anziehung. Es ist ein universelles Gesetz. Es unterscheidet nicht zwischen positiv und negativ. Ein negativer Fokus zieht negative Bedingungen an. Wir ziehen das an, was wir durch unsere Energie ausstrahlen und nicht das, wofür wir uns kopfmäßig entschieden haben. Deshalb bringt Positives Denken oft keine Resultate. Erst wenn das Denken mit den entsprechenden Emotionen verbunden ist, kann sich das Resonanzfeld aufbauen.

*„Die Krise fordert uns herauszufinden, was wir wirklich wollen.“*

So betrachtet ist die größte Herausforderung dieser Krise, nicht das Äußere zu verändern, sondern herauszufinden, was wir wirklich wollen und welche Fragen uns weiterbringen.

Damit sind wir bei Veränderungsprozessen, die Wahrnehmung und Aufmerksamkeit als Ausgangspunkt haben und zur Vertiefung unseres Bewusstseins führen. C.O. Scharmer beschreibt das in seinem Presencing-Modell sehr eindrücklich. Solche Prozesse fordern uns als ganze Menschen mit unserem Denken, Fühlen und Handeln. Haben wir das durchdrungen, werden wir auch zu Transformationsprozessen kommen, die nachhaltig Positives bewirken.

Was wir heute wissenschaftlich belegen können, wurde von Demokrit (ca. 300 v. Chr.) bereits beschrieben. Er hatte den Spitznamen „lachender Philosoph“ und sein Lebensmotto nannte er Wohlgemutheit: „Die Gedanken, die wir uns auswählen, sind die Werkzeuge, mit denen wir die Leinwand unseres Lebens anmalen.“

## **Literatur:**

Wolfgang Berger: Business Reframing. Erfolg durch Resonanz, Gabler-Verlag 2002

Lynn Grabhorn: Aufwachen, dein Leben wartet. Die erstaunliche Macht der Gefühle, Goldmann, 2004

Claus Otto Scharmer: Theory U. Leading from the Future as It Emerges. The Social Technology of Presencing. SoL, 2007

## **Kontakt Daten:**

Thumm & Partner Unternehmensberatung  
Ute Thumm  
Staudhamer Str. 34  
85570 Markt Schwaben

Tel. +49-8121-912030  
Mobil: +49-172-8533778  
<mailto:uthumm@thumm-partner.de>  
[www.thumm-partner.de](http://www.thumm-partner.de)