



MCP

Mühl · Christ · Partner

Management Consulting GmbH



Newsletter

Mühl Christ Partner

Management Consulting

Januar 2017





Mühl · Christ · Partner
Management Consulting GmbH

Willkommen bei der MCP Management Consulting GmbH

Wir begrüßen Sie zur heutigen Ausgabe unseres MCP-Newsletters.

Der MCP-Newsletter ist ein kostenfreier Informationsservice der MCP Management Consulting GmbH, Limburg. Er liefert Ihnen und vielen weiteren Empfängern regelmäßig Wissenswertes zu aktuellen Themen aus den Bereichen Wirtschaft, Recht und Finanzen.

Sie möchten selbst zu Ihrem Unternehmen etwas den Lesern des Newsletters mitteilen? Dann setzen Sie sich mit uns in Verbindung. Ihre Nachrichten sind stets willkommen.

Das lesen Sie heute:

- 1) Präsentieren Sie Ihre Idee**
- 2) Die Macht der Wörter und die Macht des Unbewussten**
- 3) Wirtschaftsgeschichte(n) aus Hessen: ADOLF JUST**
- 4) Wir über uns – Herr Bendel online**

Die Mühl Christ Partner Management Consulting GmbH berät und unterstützt vor allem kleine und mittelständische Unternehmen (kurz: KMU) in allen Fragen rund um Betriebs- und Finanzwirtschaft, Sanierung und Vermögensaufbau.

1) Präsentieren Sie Ihre Idee

Vermutlich ist es fast jedem von uns schon einmal so ergangen. Wir waren begeistert, wir hatten eine gute Idee – und dann ist uns keiner so recht gefolgt. Die beste Idee ist nichts wert, wenn sie schlecht präsentiert wird. Eine gute Präsentation verbessert Ihre Chancen, dass Ihre Idee umgesetzt und Ihr Projekt in Gang bzw. vorankommt.

Diese Tipps und Tricks können Ihnen dabei helfen, sowohl bei Präsentationen im kleinen Kreis als auch im großen Rahmen.

1) Präsentieren Sie Ihre Idee

1. Konzentrieren Sie sich auf Ihre Kernaussage.
 - Ihre Kernaussage ist Ihr roter Faden. Formulieren Sie sorgfältig.
 - Erst präsentieren Sie Ihre These. Die Argumente kommen später.
 - Die Kernaussage sollen die Zuhörer mit auf dem Nachhauseweg nehmen.

2. Bauen Sie eine Verbindung zum Publikum auf.
 - Überlegen Sie sich eine Anekdote oder eine Erfahrung aus Ihrem Leben zu Ihrer Kernaussage. Damit sprechen Sie Emotionen an. Ohne Emotionen – d.h. nur mit Daten und Fakten – können Sie keine Begeisterung auslösen.
 - Ihre fachliche Glaubwürdigkeit ist das eine. Das andere sind Grundbedürfnisse Ihrer Zuhörer wie Liebe, Hoffnung, Erfolg, Veränderung, die es zu bedienen gilt.

3. Verwenden Sie klare Sprache.
 - Tabu sind zu viele Fachbegriffe, zu viele Details und Schachtelsätze.
 - Drücken Sie sich verständlich aus.

4. Wiederkehrende Aussagen brennen sich ein.
 - Es ist nicht immer einfach, einem Vortrag zu einem komplexen Thema zu folgen.
 - Wiederholen Sie Ihre Kernthese häufig – holen Sie sich die Aufmerksamkeit des Publikums damit immer wieder zurück.

5. Sprechen Sie frei.
 - Frei sprechen, nicht ablesen – damit erledigen sich viele Probleme von selbst.
 - Sie können Augenkontakt herstellen und halten.
 - Sie wirken kompetenter.

2) Die Macht der Wörter und die Macht des Unbewussten

Hätten Sie das gedacht: nur zwei Prozent unseres Denkens sind bewusst.

Wörter prägen das Verhalten. Über die Sprache erhalten Fakten einen Deutungsrahmen (Frame), mit dem Menschen die Fakten interpretieren. Der Frame wird umgehend zur Grundlage für Entscheidungen. Fakten werden immer innerhalb von Frames gedacht und verarbeitet.

Das sind die Thesen der Hamburger Linguistin Elisabeth Wehling, die an der University of California in Berkeley lehrt und sich in Studien mit der unbewussten Meinungsbildung befasst.

Hier sind drei anschauliche Beispiele.

- Sie geben Menschen Wörter zu lesen, die Langsamkeit assoziieren. Rente, senil, grau, Alterssitz. Hinterher wird gemessen, mit welcher Geschwindigkeit sie sich vom Unilabor zum Fahrstuhl bewegen. Das Ergebnis: Diese Menschen sind langsamer als solche, die diese Wörter nicht zu lesen bekamen.
- Bei einer Operation ist das Sterberisiko 10%. Es werden weniger Menschen dieser Operation zustimmen, als wenn man ihnen sagt, die Überlebenschance betrage 90%. Die Fakten sind dieselben, aber es werden unterschiedliche Frames aktiviert, einmal vom Sterben, einmal vom Leben.
- Schulkinder lernen über Umweltschutz Framings wie „globale Erwärmung“. Erwärmung ist ein positiv besetztes Wort aus dem Alltag („Mein Herz erwärmt sich für jemanden“). Kinder lernen, etwas nicht so schlimm zu finden. „Erdüberhitzung“ würde die Dringlichkeit klarmachen. Hitze mag keiner, Wärme mag jeder.

Weiterlesen:

Elisabeth Wehling, Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht, 2016

3) Wirtschaftsgeschichte(n) aus Hessen: ADOLF JUST

In der Ausstellung "Künstler und Propheten" der Frankfurter Kunsthalle Schirn wurden in 2015 die Arbeiten einer Bewegung des späten 19. und des frühen 20. Jahrhunderts in Deutschland gezeigt: guruhafte Malerfiguren, Aussteigertypen, die Kutten, lange Haare und nur selten Schuhe trugen. Sie wurden als "Kohlrabi-Apostel" verspottet, aber für ihre Visionen von einer radikal anderen Gesellschaft auch bewundert. Einer, der als ein Pionier der Naturheilkunde gilt, hat ein Unternehmen hinterlassen, das heute in Friedrichsdorf von seiner Urenkelin geleitet wird.

Der Buchhändler Adolf Just (1859–1936) litt in jungen Jahren an einer Nervenkrankheit, die als unheilbar galt. Er behandelte sich schließlich selbst und unterzog sich einer radikalen Kur. In einem Wald bei Braunschweig lebte Just in einer Hütte auf dem blanken Boden, ernährte sich von Früchten, Beeren, Nüssen und Gemüse, machte Leibesübungen im „Lichtkleid“ (also nackt, woraufhin erschrockene Spaziergänger schon mal die Polizei riefen) und unternahm ausgedehnte Wanderungen. 1896 später gründete er im Harz die Naturheilanstalt „Jungborn“, die zu seiner Zeit die größte ihrer Art in Deutschland war.

Im Harz fand er auch einen wirksamen eiszeitlichen Löß. Er gründete die Luvos-Heilerde-Gesellschaft und vertrieb die Erde zur innerlichen und äußerlichen Anwendung. Das Naturprodukt ist unter anderem dafür bekannt, dass es überschüssige Magensäure bindet. Aufgrund der herausragenden Bindungseigenschaften können Substanzen wie von einem Schwamm aufgesogen werden, z.B. Cholesterin aus der Nahrung. Da der Betrieb nach dem 2. Weltkrieg in der sowjetischen Besatzungszone lag, baute der Schwiegersohn die Firma im Taunus wieder neu auf. Dort fand man ebenfalls geeigneten Löß.

Die Urenkelin, die Volkswirtin Ariane Kaestner, leitet die Firma Luvos, die inzwischen ein etwas angestaubtes Image hatte, seit 2006 und hat viel bewegt. Die Produktpalette ist von 5 auf 40 gestiegen, die Vertriebskanäle wurden erweitert. Ganz neu sind Naturkosmetika und eine medizinische Hautpflege bei Neurodermitis.

Quellen:

www.spiegel.de

www.handelsblatt.de

www.luvos.de



Mühl · Christ · Partner
Management Consulting GmbH

4. Wir über uns – Herr Bendel online

Die MCP Management Consulting GmbH ist in Facebook und Herr Bendel ist zusätzlich im sozialen Netzwerk Xing aktiv. Neben Informationen zu Wirtschaftsthemen erhalten die Leser vor allem Impulse für den privaten und beruflichen Alltag.

Herr Bendel eröffnet die Woche traditionell mit einem Beitrag, der den Lesern Denkanstöße für das tägliche Leben liefert. Die kurzen Texte regen zum Reflektieren an und zeigen neue Perspektiven in Bezug auf Job und den privaten Bereich auf. Ebenfalls einmal wöchentlich erscheint ein Posting mit Zitaten von Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Sport und Unterhaltung. Auch diese Beiträge werden mit dem Ziel veröffentlicht, die Sicht des Lesers auf relevante Themen zu lenken, die im Alltagstrott schnell aus dem Blickfeld verschwinden können.

Daneben werden die Leser mit wertvollen Informationen zu wirtschaftlichen Themen versorgt, und auch die MCP Management Consulting GmbH selbst (z.B. Impressionen zur Auszeichnung zum besonders familienfreundlichen Unternehmen) kommt nicht zu kurz.

Ein Blick auf unsere Facebook-Seite sowie Herrn Bendels Xing-Profil lohnt sich.

<https://www.facebook.com/mcpconsult/>

https://www.xing.com/profile/Ulrich_Bendel2?sc_o=mx_b_p

Impressum

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. 27a UStG: DE266955224

Verantwortlich für den Inhalt gem. 10 (3) MDStV:

Ulrich Bendel
Brüsseler Straße 5
65552 Limburg

Telefon: 06431/212496-0

E-Mail: info@mcpmc.de

Web: www.mcpmc.de

Um sich von unserem Newsletter abzumelden, senden Sie uns bitte eine kurze E-Mail.
