

Jwala und Karl Gamper

ES IST ALLES GESAGT.

Jetzt
braucht
es Beispiele.

Wie schön Wirtschaft sein kann.
22 Unternehmer/innen setzen Zeichen.

edition.gamper.com

Jwala und Karl Gamper

ES IST ALLES GESAGT.

Jetzt
braucht
es Beispiele.

Wie schön Wirtschaft sein kann.
22 Unternehmer/innen setzen Zeichen.

edition.gamper.com

Jwala und Karl Gamper
ES IST ALLES GESAGT
© edition.gamper.com
In Kooperation mit:
J.Kamphausen Verlag & Distribution GmbH, Bielefeld
www.weltinnenraum.de

Visuelle Inszenierung: Jwala und Karl Gamper
Titelbild: Jwala Gamper
Typografie/Satz: Pepi Schellhorn
Druck & Verarbeitung: Sterndruck, A-6263 Fügen

1. Auflage Mai 2007 - 15.000 Exemplare
Die Deutsche Bibliothek – CIP – Einheitsaufnahme

Ein Titelsatz für diese Publikation ist bei der
Deutschen Bibliothek erhältlich.

ISBN 978-3-9501903-0-4

Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Funk, Fernsehen und
sonstige Kommunikationsmittel, fotomechanische oder vertonte Wiedergabe
sowie des auszugsweisen Nachdrucks vorbehalten.
Signs by Jwala sind urheberrechtlich geschützt.

zu
Kontakt
sein.

ENTRÉE - SEITE 6

- 1 - DIE TEEKAMPAGNE - www.teekampagne.de · www.entrepreneurship.de - **10**
- 2 - LIFE ART MANAGEMENT - www.life-art-management.com - **20**
- 3 - dm - DROGERIE MARKT - www.dm-drogeriemarkt.at - **26**
- 4 - SPHINX IT CONSULTING - www.sphinx.at - **36**
- 5 - CANTINETTA ANTINORI - www.cantinetta-antinori.com · www.procacci.at - **44**
- 6 - PRO-LOGISTIK - www.pro-logistik.com - **52**
- 7 - CIRCLE TRAINING - www.circletraining.de - **64**
- 8 - INNER GAME - www.innergame.de - **68**
- 9 - HACKER FEINMECHANIK - www.hacker-feinmechanik.de - **76**
- 10 - LIFE PLUS - www.lifeplusevent.eu - **86**
- 11 - FIVE STEPS - www-five-steps.de - **96**
- 12 - STRASSERWIRT **** - www.strasserwirt.com - **106**
- 13 - L'OR CAPITAL FINE ART AG - www.lor-ag.com - **110**
- 14 - LUCKPAD - www.luckpad.com - **120**
- 15 - WAGNER LIFE DESIGN - www.wagnerdesign.de - **128**
- 16 - CAMINADA - www.caminada.com - **138**
- 17 - PIROCHE - www.piroche.com - **146**
- 18 - CENTRO D'OMPIO - www.ompio.org - **154**
- 19 - SPANNERWELT - Mit.Spanner.de - **164**
- 20 - ROGNER BAD BLUMAU - www.blumau.com - **176**
- 21 - ZAUBERFEST - www.zauberfest.de - **186**
- 22 - SIGNS BY JWALA - www.gamper.com oder jwala.gamper.com - **194**

SIESTA - 202**DANKE - 206**

SIE ERFAHREN

- Beispiele einer schönen Wirtschaft. Sie hören von Menschen und deren Anliegen in existierenden, erfolgreichen Firmen. Von Menschen, mit denen Sie Kontakt aufnehmen können
- dass wir in der Wirtschaft sensibel sein können, feinsinnig, authentisch, menschlich und kreativ
- dass unsere Einzigartigkeit gefragt ist und unser Mut zum Ausdruck
- den Geist eines kreativen Unternehmertums. Mit Kopf und Herz und Bauch. Mit Weisheit, Wissen und Können
- gefühlte Gedanken und Worte und Handlungen - als lebendige Wirklichkeit. Mit Menschen wie ... Sie! In einem Buch, das Sie lockt zum **Wettspiel der Ideen am Marktplatz.**

Kunde

ENTRÉE

Willkommen bei dieser Reise. Ich darf mich vorstellen. Mein Name ist Karl Gamper, sozusagen Ihr sprachlicher Reisebegleiter. Mir zur Seite Jwala, meine Frau.

Es gibt Tausende und Abertausende von Unternehmen, die sich umstellen. Nicht nur im Außen. Mehr im Innen. Und wenn ich sage Innen, meine ich wiederum weniger betriebsintern, sondern vor allem unser internes Betriebssystem.

Die ART, wie wir denken. Die Bravour, mit der wir die Fähigkeiten des Bewusstseins, die Veränderung unseres Standpunktes und damit unsere Wahrnehmung von Welt, Mensch, Markt und Business in unseren Alltag integrieren.

Es findet derzeit aktuell eine LAUTLOSE REVOLUTION statt. International. Vor allem jedoch in der Ersten Welt. Über diesen Paradigmenwechsel gibt es eine Flut von Büchern und Publikationen. Auch ich gehöre zu jenen Autoren, die diese fundamentale Veränderung in sich erfahren haben und darüber schreiben. Grundlegende Gedanken dazu habe ich in dem Buch „So schön kann Wirtschaft sein“ veröffentlicht.

Ich bin Praktiker. Habe jahrzehntelang Firmen gecoacht und Veränderungsprozesse begleitet. Ich sehe mich als >Fährmann< zwischen den Welten Business und Bewusstsein. Und als solcher wollte ich zu „So schön kann Wirtschaft sein“ ein Nachfolgebuch gestalten mit Beispielen. Denn weder Theorien – so meine Überzeugung – noch Berge von Veröffentlichungen zeigen diese gegenwärtige, grundlegende Veränderung so unzweifelhaft, so real und überzeugend wie EXISTIERENDE, ERFOLGREICHE FIRMEN. UNTERNEHMEN, DIE TÄGLICH DIE BEWÄHRUNGSPROBE UND DIE ABSTIMMUNG AM MARKT GEWINNEN.

Damit ist auf einer bestimmten Ebene ALLES GESAGT.

Deshalb haben Jwala und ich diesen Titel gewählt. Denn es gibt – wie erwähnt – eine gewaltige Menge an Literatur zu Neuer Wirtschaft, zu Bewusstseinsweiterung, zu spiritueller Evolution, zu transpersonaler Psychologie, zu neurolinguistischem Programmieren, zu Erkenntnissen der Gehirnforschung, der Quantenphysik, der Quantenpsychologie, der ... wir könnten hier eine Enzyklopädie eröffnen. Dass sich unser Bewusstsein wandelt, dass wir an einem Bifurkationspunkt* stehen, dazu braucht es kein weiteres Buch.

JETZT braucht es BEISPIELE.

Wir haben ein Jahr unserer Lebenszeit investiert, um Unternehmer/innen zu finden, die dem Neuen nicht nur auf der Spur sind, sondern dieses in ihren Firmen umsetzen. Und die bereit waren, darüber zu sprechen.

* Bifurkation. Bi – zwei. Furka – die Gabel. Also eine Weggabelung, an der wir als Menschheit stehen. Das Wort „Bifurkation“ (bifurcation) wurde das am häufigsten verwendete Fremdwort in den USA; das vielleicht als zusätzlicher Hinweis.

Die Ergebnisse dieser Gespräche, Begegnungen und Besuche in den Unternehmen lesen Sie in diesem Buch. Nicht in Form von Interviews, sondern aus der Sicht des Autors auf diese Menschen, deren Anliegen und deren Firmen.

Mein Text wiederum wurde von jedem Einzelnen aufmerksam gelesen und zur Veröffentlichung freigegeben. Damit es hier zu keiner Verwirrung kommt: Jeder einzelne Projektpartner las nur den Text über sich und sein Unternehmen. Etwas anderes wäre nicht sinnvoll, da sich die 21 beteiligten Unternehmer/innen zum Zeitpunkt des Erscheinens dieses Buches untereinander gar nicht kennen. Das Projekt umspannt vier Länder und reicht vom Piemont bis nach Hamburg, von Zürich bis Wien. Gleichzeitig wusste natürlich jeder die Namen der anderen und kannte deren websites. Auch wir haben – bis auf ganz wenige Ausnahmen – alle 21 Partnerinnen und Partner dieses Buch-Projektes erst im Zuge der Recherche kennen gelernt.

Wir – das sind Jwala und ich. Wir sind ein Paar. Auch wenn wir gemeinsam leben und arbeiten, so haben wir doch unterschiedliche Fähigkeiten, Interessen und Vorlieben. Jwala ist für mich die Meisterin der Form. Ich bewundere ihre Ästhetik, ihren Sinn für Schönheit und ihre unverkennbare Formensprache. Von ihr sind in diesem Buch fast alle Fotos – und jene, die nicht von ihr sind, wurden von ihr bearbeitet.

Zudem die Signs, die Farben und das Gewebe der Typografie.

Ihre Begleitung hat meine Sicht geprägt.

Ich hingegen bin Ökonom. Meine Leidenschaft war die Entwicklung des Konzeptes, das Finden der 21 Partner/innen, der tiefe Austausch mit allen, der Besuch in den Unternehmen und das Schreiben der Texte als Autor. Beinahe alle kamen auch für mehrere Tage zu uns ins Claudiaschlössl, um mit einem guten Zeitbudget das zu erfassen, was gesagt werden will.



NACH WELCHEN KRITERIEN HIELTEN WIR AUSSCHAU?

Das lässt sich nicht an einem Punkt festhalten. Das Thema ist zu komplex.

LebensKunst im Sinne von Weisheit, Wissen und Können gehören dazu. Ebenso ein authentisches Anliegen und die Lust, nach persönlichem Wachstum zu streben.

Ich könnte auch sagen: Wir hielten Ausschau nach **MUSTERBRECHERN**, nach **NON-KONFORMISTEN** in einem positiven Sinn.

Das Denkformat **FUNKTION STATT KONVENTION** war ebenfalls zentral.

Weitere Punkte waren Kreativität, Offenheit und nicht nur Mut, sondern auch vorzeigbarer Erfolg bei der Umsetzung.

Dazu kam entscheidend hinzu:

- Welchen Gewinn haben die Leser/innen, die in diesem Buch von den vorgestellten Partnern hören?
- Erweitern die einzelnen Beiträge das Spektrum der Sicht?
- Was kann für das eigene Leben mitgenommen werden?
- Mehr noch: Lässt sich daraus ein starker, nachhaltiger Nutzen ziehen?
Kann für Sie ein Unterschied entstehen, der einen Unterschied macht?

Das Anliegen von allen Beteiligten war, die Kontraste herauszuarbeiten, die individuelle Differenzierung sichtbar zu machen und zu zeigen, es geht nicht um Rezepte. Nicht um Richtig oder Falsch!

Worauf es ankommt ist innere **STIMMIGKEIT**, die Orientierung an der eigenen Wahrheit. **AUTHENTIZITÄT**. Diesem Ruf couragiert zu folgen, dazu ermutigt jeder Beitrag. Denn anders als alle anderen ist nur: **Jeder einzelne Mensch!** Daher stehen Anliegen und Ausdruck im Mittelpunkt. Das hervorzuheben und zu einer inspirierenden Form zu gestalten, war das Zusammenwirken von Jwala und mir.

Dieses Buch ist einer menschenwürdigen Wirtschaft gewidmet. Einer Wirtschaft, die Freude macht. Alle Beiträge miteinander bilden ein Gemälde. Die Summe der Teile ergibt ein Ganzes. In dieser Haltung ist das Buch gestaltet.

Jedes einzelne Kapitel kann allein für sich stehen. In jedem einzelnen Kapitel können Sie eine Reihe von Einsichten, Hinweisen und nützlichen Details entdecken. Jeder Beitrag ist sozusagen ein Bild für sich. Wie ein Teil einer Komposition.

Gleichzeitig gestaltet die Aneinanderreihung der einzelnen Aussagen den Bogen des Gesamten. Alle Beiträge – inklusive jener über Jwala – ergeben ein erweitertes Bild. Eine Melodie, um eine Analogie zu verwenden, die deutlich macht, dass Wirtschaft ein fließendes, unterstützendes Miteinander sein kann.

Wir haben dem Buch mit Bildern und Signs eine zusätzliche Dimension, eine emotionale Sprache, hinzugefügt.

Unsere Ausrichtung ist, Ihnen eine bibliophile Kostbarkeit zu bieten.

Ein schönes Buch, das auch Details ehrt und das Sie gerne der Reihe Ihrer Lieblingsbücher hinzufügen.

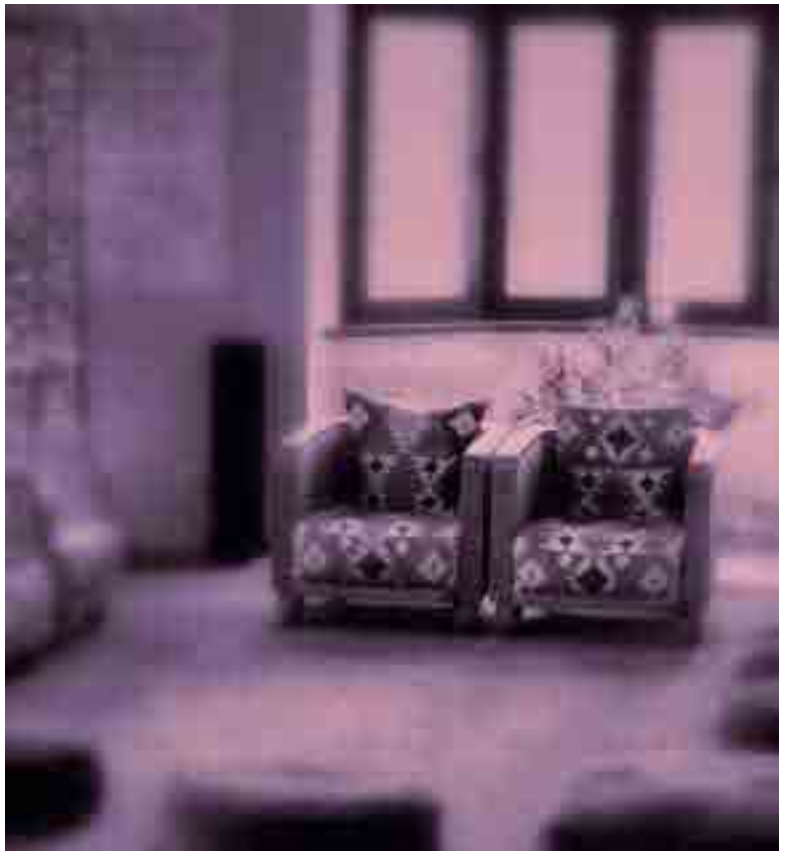
Auch die Anordnung und Reihung der einzelnen Firmen folgt einer inneren Stimmigkeit. Daher empfehle ich, das Buch beim ersten Mal von Kapitel zu Kapitel zu lesen und nicht zu springen.

Wir treffen einander wieder am Ende des Buches.

Für jetzt ist: ALLES GESAGT.

Es folgen Beispiele.

Karl Gamper, im April 2007



Geünder Wachstum



LIFE PLUS

UWE KESCHKE

Jeder hat eine Ahnung davon, wie das Leben seiner Sehnsucht ist. Diese Ahnung mag ein Bild sein oder ein nebuloses Drängen des Herzens... entscheidend ist: Diese Sehnsucht lebt in uns. In uns allen.

Wenn wir mit dem tiefer gehen und uns fragen nach dem Hindernis – warum leben wir nicht das Leben, das unser Herz jubeln lässt? So mögen die verschiedensten Antworten kommen. Doch eine davon wird Geld sein. Und eine andere könnte sich um die Themen Beruf, Berufung, Beitrag, Freude am eigenen Ausdruck, Teamwork ... drehen. Vielleicht auch Chance? Eine Chance bekommen. **EINE PERSPEKTIVE!** Antworten auf solche Fragen bietet Life Plus. Es müssen nicht Ihre Antworten sein – doch vielleicht öffnen sich Zonen der Inspiration für Sie. Beginnen wir zuerst mit einem Überblick.

Unlängst titelte ein Wirtschaftsmagazin: „Das größte Geheimnis im Business“ – und schrieb über einen Markt im Markt. Über ein Geschäft, das allein in den letzten sechs Jahren einen Zuwachs von 91 % weltweit verzeichnete und seit 20 Jahren ohne Unterbrechung boomt. Doch irgendwie abseits. Jenseits der großen Massenmedien. Weit mehr als 100 Millionen Menschen in der Ersten Welt arbeiten in diesem Markt derzeit aktiv und täglich steigen mehr ein. Und andere wieder aus. Zudem entdecken mehr und mehr **GLOBALE SPIELER** diese Welt in der Welt: Bertelsmann, Nestle, Unilever, The Body Shop, Citibank. Der legendäre Warren Buffett kaufte gleich drei Unternehmen dieser Branche und sprach von der besten Entscheidung seines Lebens. Tom Peters, Primus inter Pares* der Management-Vordenker begeistert: „Die erste revolutionäre Entwicklung im Marketing seit mehr als 50 Jahren“ und Paul Zane Pilzer, Professor und Weltautor, prophezeit in seinem Megaseller „The next millionaires:“ „10 Millionen neue Millionäre zwischen 2006 und 2016.“

Pilzer hat ein Händchen für Zukunft. Er hat schon Ende der 1980er die „Wellness-Revolution“ vorhergesagt. Damals war der Wellness-Markt vollkommen zu vernachlässigen. An der Null-Grenze; international gesehen.

Auch zu Beginn der 1990er Jahre löste er ein mittleres Beben aus mit: „Die größten Chancen für Wachstum liegen nicht mehr in der Herstellung – sondern im Vertrieb!“ Das war eine radikale Drehung der Aufmerksamkeit. Hin zu Vertrieb. Und damit zu Vertriebssystemen.

Paul Zane Pilzer, Vize-Präsident der einflussreichen Citibank, ist einer jener Pioniere, die in Networkmarketing **EINEN DER ZENTRALEN HEBEL FÜR EIN VERÄNDERTES PARADIGMA EINER ZUKÜNFTIGEN WIRTSCHAFT** sehen. Und er steht damit nicht alleine. Networkmarketing wird der größte Wachstumsmarkt der nächsten zehn Jahre – sind sich viele einig. Warum? Weil dieses Geschäft den Bedürfnissen der Menschen des 21. Jahrhunderts entgegenkommt wie kaum ein anderes.

Welche Bedürfnisse sind das?

- Das Bedürfnis nach Selbstständigkeit – doch nicht alles allein. Sondern ...
- gemeinsam mit anderen Selbstständigen. Mit Mitunternehmer/innen. In einer Art Patchwork-Ökonomie; als „friendship-entrepreneurs“, als „networker.“
- Freie Zeiteinteilung.
- Gestaltung der persönlichen Einkommenshöhe.
- Als Entrepreneur zu wirken – so kreativ wie möglich. Initiativ.
- Sich darin mit Freude auf Kernkompetenzen zu konzentrieren und
- Business Administration wie Versand, Lagerhaltung, Rechnungswesen... abzugeben.
- Auch Herstellung, Produkt und Produktentwicklung zu delegieren und
- Von zu Hause aus zu arbeiten. Was auch
- Steuervorteile bringt. Wie Abschreibungen für Computer, Auto, Reisekosten, Miete, Geschäftsanbahnungen, Telefon ...
- Die freie Wahl: Hauptberuflich. Nebenberuflich.
- Äußerst geringe Investitionen beim Start.
- Tatkräftige Unterstützung von Menschen, die das Geschäft schon kennen.
- Zugang zu nationalen und internationalen Märkten. Stichworte: Web 2.0, Blogs, Communities, Plattformen; e-buero einerseits - und die Möglichkeit, Menschen zu treffen, neue Menschen kennen zu lernen, Freundschaften zu schließen, von einander zu lernen, gemeinsame Ziele entwickeln – oder auch nicht. Den Raum selbst zu wählen, wie weit und wie nah sich jemand einlassen will.

Doch die zwei vielleicht wichtigsten Punkte sind:

- Selbsttätiges Einkommen und
- das Pflegen zwischenmenschlicher Beziehungen auf der Basis eigener ethischer Werte. Somit einen Lebensstil zu leben, der zu Lebenskompetenz für das eigene Leben führt und auch zum Vorteil anderer ist.

Ein **SELBSTTÄTIGES EINKOMMEN** ist vergleichbar mit einer Miete aus einem Haus. Die Miete hängt nicht unmittelbar mit der eigenen Arbeitszeit zusammen. Zeit und Geld sind getrennt. Wir gehen darauf noch ein. Uwe Keschke wird das eine **PIPELINE DES EINKOMMENS** nennen.

Gibt es auch Nachteile? Ja – dieses Geschäft ist nicht jedermanns Sache! Und da dieser Markt so explodiert, gibt es wie überall solche und solche. Ein Grund mehr, auf sich selbst zu hören. Hinzuspüren. Aus Vorurteilen herauszugehen und die Echos wahrzunehmen, die Resonanzen, die in Ihnen ausgelöst werden. Und nicht nur zu fühlen – auch zu denken. Gleichzeitig kann sich in Networkmarketing die Chance verbergen, zum eigenen Meister, zur Meisterin aufzusteigen. Am Anfang vielleicht zu einem Meister – einer Meisterin – die übt.

Wir stellen Ihnen hier eine Spielform des Networkmarketings vor.

Eine Weiterentwicklung, die noch spezifischer die Bedürfnisse der Menschen des 21. Jahrhunderts trifft: **DAS EMPFEHLUNGS-MARKETING.**

Denn viele Menschen haben eine innere Sperre und auch eine Scheu, anderen etwas zu verkaufen. **Doch etwas zu empfehlen – wer tut das nicht gerne?** Darin liegt einerseits eine große Unverbindlichkeit und andererseits auch eine hohe ethische Rückkoppelung. Denn Sie können doch nur etwas empfehlen, was Sie kennen und was aus Ihrer persönlichen Sicht und Erfahrung auch empfehlenswert ist.

VOILÀ: DAS IST EMPFEHLUNGSMARKETING. Und jenes Unternehmen, das diese Form des Vertriebs zu höchster Perfektion getrieben hat – ist Life Plus.

Kommen wir nun zur Hauptperson: Uwe Keschke.

Wir gaben einander die Hand für dieses Buch-Projekt und starteten am frühen Nachmittag. Uwe begann zu erzählen. Aus seinem Leben. Ungeschminkt. Von der ersten Sekunde an jenseits dieser blutleeren Erfolgsgeschichten, die Höhen und Tiefen verflachen und Klüfte und Gipfel einebnen zu seichten Start-Sieg-Fantasien, die das Leben niemals so schreibt. Als seine Worte mehr und mehr um die Gegenwart pendelten, war es nach Mitternacht. Vor mir ein Mensch. In mir Dankbarkeit und Staunen. Sind wir nicht alle Diamanten, die das Leben zu Brillanten schleift? Und liegt es nicht an uns, ob wir diesen „Schleifvorgang“ bewusst mitgestalten oder passiv als Opfer erdulden?

Uwes Kindheit war turbulent. An manchen Stellen dramatisch. Traumatisch. Und an anderen Stellen unspektakulär. Wie Zeiten zwischen Gewittern. Am 19. Juli 1960 geboren. Als Kind wollte er es später besser machen.

Was? Alles!

Als Jugendlicher faszinierte ihn Psychologie. Vor allem die Psychologie seines Heimleiters! Nach dem Abitur zog es ihn in die Zukunftswerkstatt. Nach Hannover. Studium Wirtschaftswissenschaften. Er organisierte und veranstaltete riesige Events in einem selbstverwalteten Kommunikationszentrum.

Seine Parole?

„WO UNRECHT ZU RECHT WIRD -
WIRD WIDERSTAND ZUR PFLICHT.“

Sein Credo:

„Ich muss die Welt retten.“

Er war „Chef“ der Studentensprecher. Nicht ganz links außen – aber ziemlich. Bald verdiente er >dickes Geld< und mit 33 hörte er seinen Wende-Vortrag. Von einem Philosophen. „Du kannst nicht die Welt verändern. Du kannst nur dich verändern. Wenn du dich veränderst, verändert sich die Welt.“

Das mag trivial klingen. Und viele haben das wohl auch längst gehört. Gelesen. Wissen es. Wird es auch angewandt? Das ist die Frage. Denn nur durch die Anwendung verändert sich das Muster unserer Handlungen. Im Tun zeigt sich unser Wissen. Und hier offenbart sich der rote Faden im Leben von Uwe Keschke. Er ist ein Veränderer. Doch jetzt begann er bei sich.



Anna Mierzwinska mit Lebenspartner Uwe Keschke

Wenn wir mit Abstand auf das Leben von Uwe blicken, sehen wir ein Muster, erkennen wir ein Talent. **DAS TALENT ZUR VERNETZUNG**. Plus einem Verständnis für komplexe Organisationen. Und die Fähigkeit, diese zu gestalten. Doch der größte Reichtum liegt in seiner Bereitschaft – anzuwenden! Im Gehen das Muster seines Lebens zu prägen.

Er beteiligte sich nacheinander am Aufbau zweier großer Netzwerk-Organisationen. Zuerst einer im Finanzbereich. Dann einer mit Gesundheitsprodukten.

Und er verdiente: Viel!

1996 gönnte er sich ein Sabbat-Jahr. Dieses wurde länger... Denn er hatte sich so etwas wie eine Pipeline für ein kontinuierlich fließendes Einkommen geschaffen. 1998 zog er nach Mallorca. Gönnte sich Reisen nach Indien – Goa, Bombay – nach Thailand, nach Kambodscha... Stieg aus nach Mallorca; kam selten nach Deutschland. Jahre inneren Fragens. Las psychologische Bücher, erforschte unterschiedlichste Weisheitslehren, studierte den Körper, >inhalierter< Systeme der Gesundheit, der Ernährung. Finanziell trug ihn seine „Pipeline“; das heißt, Geld kam aus den Umsätzen seines Netzwerkes, an dem er beteiligt war.

Das ist mit **SELBSTTÄTIGEM EINKOMMEN** gemeint.

Uwe Keschke: „Erst als ich wusste, was ich will, konnte ich wieder Schöpfer sein.“

Das war am 11. Februar 2002. Unter der Dusche. Auf Mallorca. „Es war wie eine Explosion in meinem Kopf. In meinem Herzen. In meiner Welt. Ich wusste es einfach – jenseits aller Begründungen. Aus mir heraus. Ich wusste: Das ist es! Life Plus.“

„Auf der einen Seite habe ich mir einen Anfängergeist bewahrt – wie die Zen-Leute sagen – auf der anderen Seite bin ich ein alter Hase. Ich habe in diesen Jahren nie den Anschluss wirklich verloren. Ich kannte den Netzwerk-Markt. Weltweit. Und ich bekam ja dauernd Angebote. Während all der Jahre. Der Haken lag entweder bei den Produkten oder beim Marketing-Plan oder bei beidem. Und ich hatte keine Eile. Meine Pipeline... Ursprünglich war Life Plus eine Möglichkeit wie viele. Wenig engagiert habe ich die Produkte studiert, den Marketing-Plan, die Gründer, die Menschen in diesem Netz. Und etwas scheint im mir gereift zu sein. Bis zu diesem 11. Februar 2002, der sich sogar als Datum in mein Gedächtnis brannte.

LASS DICH VOM WEG FINDEN - sagen die Weisen des Tao.“

Uwe Keschke weiter:

- „Life Plus ist ein genialer Produkthersteller
- Das Preis-Leistungsverhältnis ist extrem fair
- Die Produkte kommen aus den Staaten – in höchster Qualität – und sind um vieles günstiger als Vergleichbares aus Apotheken und Drogerien. Wie gesagt: In einer Qualität, die einzigartig ist
- Und der Marketing-Plan hat die Fitness des 21. Jahrhunderts.“

„DOCH DIE SUMME MACHT ES. Die Formung der Einzelteile zu einem harmonischen Ganzen. Das ist es! Hier steckt das wahre Geheimnis, der Genius. Wenn nun das Gemeinsame von innen heraus ein Miteinander bewirkt, entzündet das eine nicht aufzuhaltende Dynamik!

Eine Entfesselung beginnt, die im kreativen Atom des Systems ihren Ursprung hat und ungebremst in die Welt hinein wirkt. Unübersehbar. Machtvoll. Organisch. Lebensnah. Das habe ich einfach erkannt.“

Life Plus. Die Wurzeln der Firma reichen zurück auf das Jahr 1936. Doch erst 1992 entschied sich das Unternehmen für Netzwerk-Marketing als Vertriebssystem. Nach äußerst sorgfältiger Vorbereitung. Unterstützt von einem Expertenteam, das in das 21. Jahrhundert dachte. Dabei sind aus der Sicht von Uwe Keschke alle Fehler vermieden worden, die die Anfänge des Network-Marketings prägen. Und die auch zu dem teilweise dubiosen Ruf führten.

Keschke: „Zunächst: In den Staaten ist Vorsorge ein ganz anderes Thema als hier. Die Menschen sind dort offener für gesundheitliche Prävention durch die Einnahme von Nahrungsergänzungen. Life Plus hat sich hier schon frühzeitig auf BioBasics spezialisiert. BioBasics sind neuartige Nahrungsergänzungsmittel, die aus hochwertigen natürlichen Rohstoffen bestehen. Life Plus gibt hier gewissermaßen den Standard vor. Ich war selbst mehrfach dort. Die Mitarbeiter/innen des Unternehmens arbeiten mit größter Achtsamkeit, die Produktion ist high tech pur. Ein Expertenteam forscht permanent und treibt den Standard organisch weiter. Doch **MEHR ALS ALL DAS**

hat mich der Geist überzeugt, die innere Haltung, die Einstellung. Das Anliegen ist so spürbar. Für mich zählt das letztlich mehr als all die Forschungsergebnisse – die natürlich auch unterstützend sind.“

„Dann der Marketing-Plan. Er ist vollkommen abgenabelt von „Verkauf“. Die Menschen wollen nicht verkaufen. Die Menschen möchten ein Produkt konsumieren. Und möglichst das Beste für ihr Geld bekommen. Daher zielt der Marketing-Plan nicht auf Verkäufer ab. Im Gegenteil. Diese werden abgeschreckt. Der Marketing-Plan richtet sich an die Kunden. Also an jene Menschen, die Life Plus kaufen, die Präparate einnehmen und zufrieden sind. **SO EINFACH.**“

„Dieser nahe liegende Gedanke ist der Kern. Hier steckt der >Genius< - den ich vorhin meinte. Das Unternehmen hat sich gesagt: Wenn ein Kunde zufrieden ist und unser Produkt weiterempfiehlt, dann soll diese Weiterempfehlung belohnt werden. Und zwar so, dass alle ein gutes Gefühl haben. Beispiel: Vater kauft Life Plus und empfiehlt es seiner verheirateten Tochter, die mit ihren Kindern in ihrer eigenen Familie lebt. Die Tochter nimmt daraufhin ebenfalls ein Life Plus Präparat. Vater bekommt dafür 5 %. Das ist so wenig, dass Gier und Neid einfach ausgeschlossen werden. Auch ein ungutes Gefühl zwischen Tochter und Vater kann nicht aufkommen. Jeder normale Mensch vergönnt einem anderen 5 %. Und niemand glaubt, dass wegen 5 % eine Empfehlung ausgesprochen wird, die nicht wirklich von Herzen kommt und authentisch ist.

Wenn nun die Tochter aus sich heraus ebenfalls Life Plus empfiehlt, dann beginnt der Netzwerk-Marketing-Plan zu wirken. Die Tochter bekommt nun 5 %. (Erste Ebene.) Der Vater bekommt nun 25 %. (Zweite Ebene.) Durch diese Indirektheit ist ein Filter eingebaut. Die alten Außendienstmitarbeiter und Verkaufskanonen haben dadurch praktisch keine Chancen. Denn die Tochter muss schon wirklich überzeugt und vollkommen zufrieden sein – um Life Plus zu empfehlen. Und würde der Vater in unangenehmer Manier auf die Tochter einreden, so würde das nur deren Widerstand hervorrufen. Und wir brauchen das Spiel ja nicht auf Vater und Tochter zu begrenzen. Fakt ist: Durch diesen Filter in der ersten Ebene entsteht (für Vater) eine zweite Ebene praktisch nur aus wirklich zufriedenen und überzeugten Kunden! Und erst wenn diese aus ihrem eigenen Erleben, wie die Produkte wirken, Life Plus weiterempfehlen, entsteht für „Vater“ ein attraktives Geschäftsmodell.

Daher ist Life Plus kein Verkäufer-Netzwerk, sondern ein **EMPFEHLUNGS-Netzwerk**. Und das ist der springende Punkt! Hier steckt die atomare Kraft für ein Geschäft in der Fitness des 21. Jahrhunderts. Deshalb wachsen wir einerseits so stark, andererseits so fließend und organisch. Es ist ein Entfalten in den Markt hinein – hin zu den Menschen. Druck wäre absurd. Wächst ein Radieschen schneller, wenn wir es antreiben, ständig nachschauen, die Wurzeln ausreißen? Gleichzeitig können wir etwas tun. Wir können das Radieschen mit Nährstoffen versorgen, mit Wasser,

mit Sonne, mit Achtsamkeit, mit Freude, mit Liebe. Wenn wir diese Qualitäten in unser Empfehlungsnetz übertragen – und das tun wir - löst das ganz natürlich Sympathie aus. Das gesamte Orchester der Vorteile beginnt zu spielen. Eine Musik entsteht. EIN KONZERT, DAS AM MARKT GEHÖRT WIRD. Von Menschen, die auf solche Töne reflektieren. Dafür offen sind.



Da Sie bei uns Empfehlungen aus der zweiten Reihe brauchen, kann niemand den schnellen Euro machen. Das ist gut so! Das wollen wir. So können sich jene, die das möchten, mit Life Plus vertraut machen. Mit den Produkten, mit dem Geist, mit dem gesamten FLUIDUM dieser Firma und dieses Geschäftes. Und das geht nur, wenn sich jemand gewissermaßen in dieses Geschäft verliebt. Dann öffnet sich auch der natürliche Strom des Lebens. Dadurch sind wir bei Life Plus auf so leichte und freie Art auch verantwortlich füreinander. Wir alle kennen die Geschichte vom kleinen Prinzen**. >DU HAST DICH MIR VERTRAUT GEMACHT< - sagt der Fuchs – >DAS MACHT DICH EINZIGARTIG UND WERTVOLL FÜR MEIN LEBEN<. Und wenn das so ist, dann schauen die Menschen auf gute Art aufeinander. Geben Tipps. Tauschen aus. Ich glaube, wenn etwas stimmt, dann stimmt es gesamthaft. **Dann stimmt alles.** Die Partner, die Produkte, die VertriebsART - und natürlich auch das Geld. Ein Konzert ist nur dann gut, wenn alles miteinander klingt; und schwingt. Und wenn jeder an seinem Platz auch das kann, was er können muss. Vielleicht nur Zuhören – als Gast des Konzerts.“

Danke, Uwe Keschke.

Wir werden hier aussteigen, denn: ES IST ALLES GESAGT. Natürlich könnte es noch lange weitergehen. Es wäre noch viel zu sagen über die Produkte, den Vergütungsplan, über Life Plus als Unternehmen und vor allem über die Menschen, die sich darauf einlassen. In welcher Form auch immer. Manche sind nur neugierig und probieren etwas aus - andere sehen darin ihren Traum.

Apropos Traum. Der Paradigmenwechsel***, in dem wir leben, hat viel mit einem geänderten Verständnis für Träume zu tun. Es gibt Menschen, für die sind Träume Schäume und Visionen Blähungen im Gehirn. Für diese Menschen zählt nur der Tunnelblick einer Zahlen-, Daten-, Faktenwelt. Diese Menschen sind noch die Mehrheit in der Ersten Welt. Und sie haben es verstanden, ihr Weltbild als „modern“ zu bezeichnen. Daher bezeichnet die Werteforschung diese Menschen als „Modernisten.“

Daneben ist eine vollkommen – und das meine ich wörtlich – andere Welt entstanden. Von anderen Menschen. **DIESE MENSCHEN BEGINNEN, MENSCHEN ALS MENSCHEN ZU ERKENNEN.**

Im anderen gewissermaßen auch sich selbst zu sehen. Beseelt. Mit Geist und einem Brennen, um eine liebenswerte Welt zu gestalten. Ja, liebenswert!

Diese Menschen sind keine Heiligen. Diese Menschen sind nicht ego-los. Doch diese Menschen sind bereit, sich selbst kritisch zu hinterfragen, sich auch etwas sagen zu lassen – achtsam - und sich zu öffnen für einen Traum. Dieser Traum beinhaltet auch das Ende der Einzelanstrengung. Das Ende von „nur ich“ und „was ich nicht tue geschieht nicht.“ Auch dieser Alptraum hat ein Ende.

Wenn nicht jetzt – wann dann?

* Primus inter Pares - Erster unter Rangleichen.

** „Der kleine Prinz“ – von Antoine de Saint-Exupéry; frei zitiert:

*** Als Paradigmenwechsel wird eine (oft radikale) Änderung des Blickwinkels bezeichnet. Dies ist die Grundlage für eine Weiterentwicklung. Das Wort Paradigma kommt aus dem Griechischen und bedeutet Muster; auch Vorurteil.

Ein Paradigmenwechsel verändert also Muster und hebt Vorurteile auf.



LIFE PLUS

www.lifeplusevent.eu

SHORT CUT

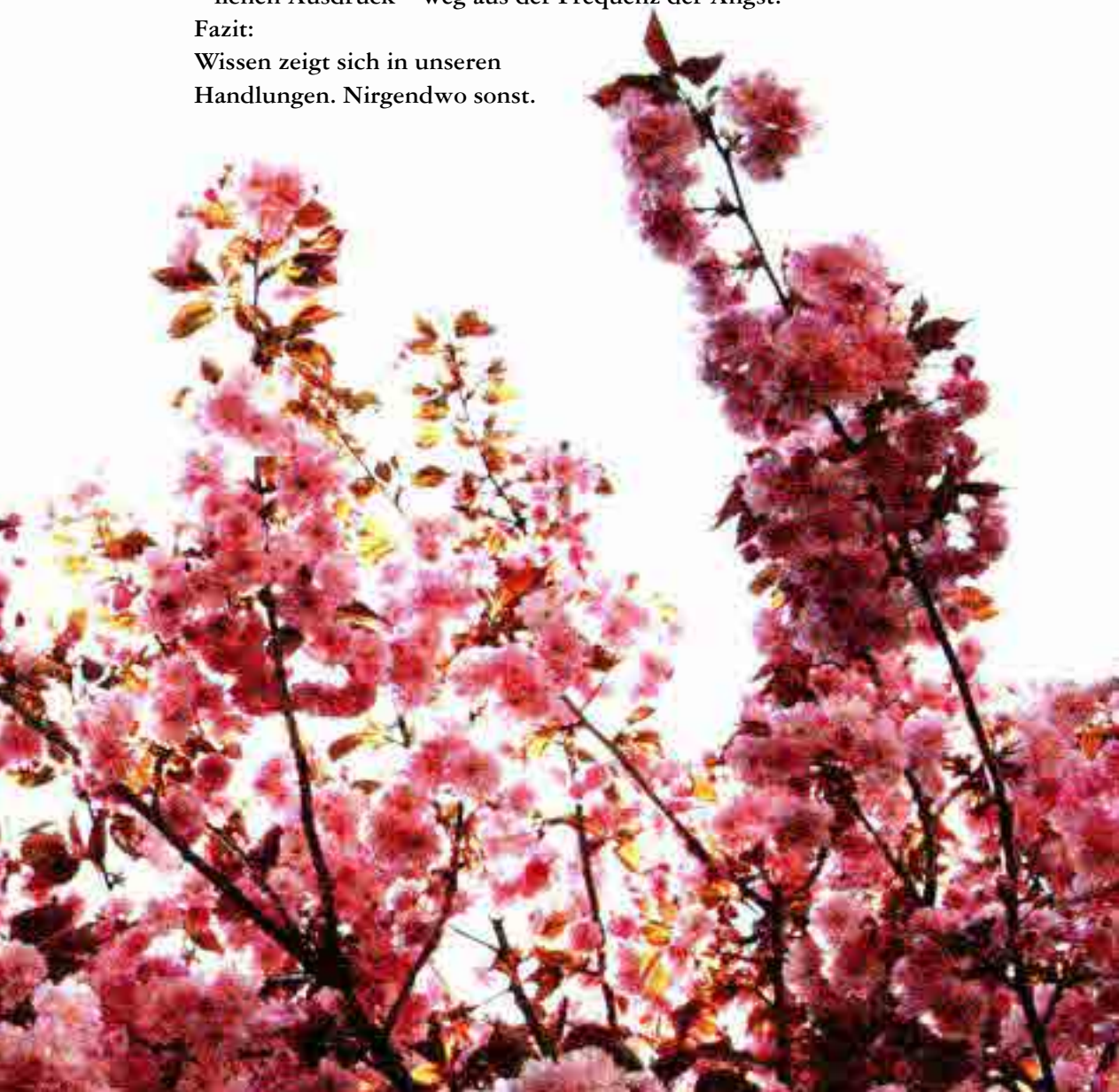
Uwe Keschke ist einer der erfolgreichsten Partner von Life Plus in Europa. Er hat ein Netz von Tausenden und Abertausenden von Menschen geformt.

Das wurde möglich durch eine Drehung seiner Aufmerksamkeit:

- Hin zur Förderung anderer – weg von Einzelanstrengung.
- Hin zu einer weichen Realität, die Möglichkeiten anzieht, den eigenen Träumen und den anderer Raum und Ausdruck gibt und das Leben multidimensional versteht - weg von der harten, starren, gefrorenen Realität des „nur so“.
- Hin zu einer Liebe zu seinem Beruf, zu den Menschen, zu seinem persönlichen Ausdruck – weg aus der Frequenz der Angst.

Fazit:

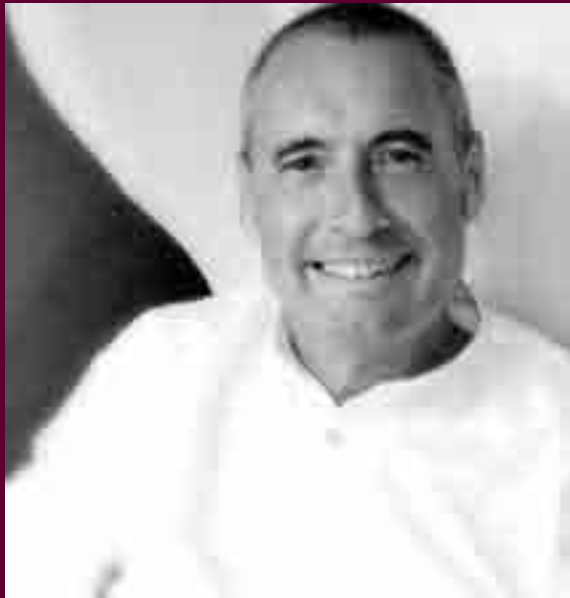
Wissen zeigt sich in unseren Handlungen. Nirgendwo sonst.



UND WIEDER IST EIN WERK VOLLENDET.
GENÜGEND SCHRITTE SIND GETAN

Die
Zeit
ist
jetzt

SICH AUSZURUH'N.
LASS MICH VOM LEBEN TRAGEN.




Sign by Jwala

SIESTA

AUSKLANG

Danke für die Reise bis hierher, über 22 Stationen, von der Einzelunternehmer/in bis zum Konzern, vom Handelshaus über Produktionsbetriebe bis zu Beratungsfirmen.

Wir haben eine unsichtbare Fährte in dieses Buch gewebt.

Im Mittelpunkt stehen nicht Konzepte, weil sich das Leben wenig um unsere mentalen Konzepte kümmert. Der allzu begradigte Fluss tritt über das Ufer. **DIE NATUR FOLGT IHRER EIGENEN WEISHEIT.**

Der innere Fokus in diesem Buch liegt auf einem Dreiklang aus Anliegen und persönlichem Ausdruck. Aus diesen beiden schält sich das neue Dritte. Wie Kinder nicht die Summe der Eltern sind – so ist das, was sich aus dem Zusammenspiel von Herzensanliegen und ausgedrücktem Feuer zeigt, ebenfalls neu. Daher der Name: Das **NEUE DRITTE**. Es ist jener Klang, der hörbar und fühlbar wird, wenn sich Anliegen und Ausdruck verbinden.

Ich schlage dafür den Namen **>innerUSP<*** vor.

Es handelt sich dabei um einen individualisierten, unverwechselbaren Wettbewerbsvorteil, direkt gekoppelt an persönliches Anliegen, verbunden mit Ausdruck und Umsetzung. Dieser **>innerUSP<** ist niemals kopierbar. Weil Sie selbst das Unikat sind. Einzigartig wie ein Fingerabdruck. Weltweit beginnen Menschen zunehmend, mit ihren Anliegen zu werben; wissend um das Gesetz der Anziehung und der Resonanz. Der Ausdruck dieses **>innerUSP<** ist das vorzeigbare Unternehmen.

IBM hat unlängst eine Studie vorgelegt, deren Inhalt Fragen an Top-Manager in aller Welt waren. Der klare Tenor: Eine überwältigende Mehrheit der Führungskräfte befürwortet nicht nur eine radikale Veränderung der Management-Methoden, sondern hält dies für zwingend not-wendig.

Doch in welche Richtung wird sich der Wandel bewegen?

DIESES BUCH TRITT FÜR EINE VERLAGERUNG DER AUFMERKSAMKEIT EIN. Von einer Außenorientierung hin zu einer integralen Orientierung, die auch Innenräume einbezieht. Eine Orientierung, die beispielsweise die „Merits“ beachtet und Freude hat an einem inner GAME; die Aufmerksamkeit den Ressourcen unseres Mensch-Seins schenkt, Ermächtigung fördert und persönliches Wachstum als wesentlich anerkennt und wertschätzt.

DIESES >WACHSTUM NACH INNEN< HALTE ICH FÜR DEN GRÖSSTEN WACHSTUMSMARKT DER ZUKUNFT.

* USP; unique selling proposition. Der Begriff des einzigartigen, unverwechselbaren Wettbewerbsvorteils geht auf Rosser Reeves zurück, der diesen 1966 prägte. In den gesättigten Märkten einer globalen Wirtschaft verglüht die Nützlichkeit eines an Äußerlichkeiten orientierten USP.

Die Menschen wollen lernen,

- die Regie über ihre Gefühle zu übernehmen,
- ihre Gedanken zu lenken,
- bewusst Worte zu wählen und
- Handlungen zu initiieren
- mit Resultaten,
- die Freude bereiten.

Der amerikanische Autor A. Ardagh hat über viele Jahre Tausende von Interviews geführt und kommt zu dem Schluss, dass „Geschäft und Spiritualität nicht länger getrennte Arenen des Lebens sind.“

Das ist auch meine Beobachtung, die ich um einen wesentlichen Punkt bereichern möchte: **um das Verständnis von Angst.**

Angst führt uns in eine Dualität, innerhalb der wir permanent beide Seiten einer unendlichen Schleife ausagieren müssen. Wie bei einer liegenden Acht.

Eine Seite wollen wir. Die andere wollen wir nicht. Dadurch bewegen wir uns stets innerhalb dieser Schleife und müssen beide Seiten erleben. Die Inder nennen das Samsara – das ewige Rad des Lebens.

**SOLANGE WIR UNS IN DER NIEDEREN SCHWINGUNG
DER ANGST BEWEGEN,
KOMMEN WIR NICHT AUS DIESEM GEFÄNGNIS HERAUS.**

Wo ist der Ausweg? Wie kommen wir darüber hinweg?

Die Treppe in die Freiheit hat vier Stufen:

DIE ERSTE lautet Erkennen und Verstehen.

Solange wir dieses Gefängnis der Angst - mit all den Masken der Angst wie Mangel, Ärger, Wut, Ohnmacht, Scham, Schuld, Stress ... nicht voll und ganz durchdringen und verstehen - bewegen wir uns innerhalb der Achterschleife der Dualität. Samsara.

DIE ZWEITE Stufe besteht darin, mit Angst professionell umzugehen. **

Angst ist immer **IN** uns. Nie anderswo! Die Angst, die von außen kommt, geschürt über Medien in Filmen, Nachrichten, TV, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher; über andere Menschen ... hat nur dann Macht über uns, wenn Angst **IN** uns Resonanz hat. Wenn es **IN** uns Räume der Angst gibt. Wo nichts ist, kann auch nichts zum Klingen gebracht werden.

DIE DRITTE Stufe ist, uns über die Linie der Angst zu erheben. Und aus einer bewusst gewählten >Disziplin der Freiheit< die Räume der Angst nicht mehr zu betreten! **BEFREIUNG GESCHIEHT**, in dem wir die Angst **IN** uns wahrnehmen, kurz fühlen und sie in das Licht des Bewusstseins tauchen.

Sie voll und direkt mitfühlend anschauen. Die Angst nicht wegdrücken!

** Jwala und Karl Gamper haben ein kostenloses Internet-Projekt im September 2006 gestartet. Ein 21-Tage-Programm. www.meinWEG.cc – Der Adler befreit sich. Tausende und Abertausende Menschen machen mit, um die Schwingung der Angst gegen die Frequenz der Freude zu tauschen.



Angst ist wie Dunkelheit. Es ist sinnlos, Dunkelheit zu analysieren. Licht genügt. Im Licht entpuppt sich Angst als Papiertiger. Wie eine vermeintliche Schlange, die zu einem Seil wird. Einem Seil, das uns in weitere und größere und leichtere Räume des Bewusstseins leitet. In Räume der Freude. In Räume der Stille. In Räume der Liebe und des Wohl-Seins und der Wunscherfüllung.

Das ist **DIE VIERTE** Stufe:

Sie tauschen die niederfrequente Schwingung der Angst gegen die hochfrequente Schwingung der Freude. Ein für allemal. Freude ist eine schöpferische Energie. Freude läßt sich in kein Gegenteil verändern. Freude ist non-dual. Freude ist die Abwesenheit von Angst.

Dann beginnt sich ein Kreis zu schließen, über den wir in diesem Buch öfter sprachen. Aus dem Gefühl der Freude entstehen Gedanken der Freude, fördernde Worte und Handlungen, zu denen Sie gerne Ja sagen und für die Sie gerne die Verantwortung übernehmen.

Aus dieser Freude heraus werden Sie möglicherweise die Frage erforschen:

- „Was will ich wirklich? Was will ich ganz genau?“ – und:
- „Wofür ist das gut für mich?“

Die Frage nach dem „Wofür“ bringt Sie in eine höhere Schwingung. Viel höher als die Frage nach dem „Wie“ oder nach dem „Wer.“ Bitte klären Sie zuerst immer den Punkt „ob.“ Ob Sie das, was Sie wollen, auch wirklich wollen. Solange das für Sie nicht sonnenklar ist, gilt das „verbotene WIE“. Zuerst kommt die Wahl des OB - dann erst das WIE.

Die Antwort auf die Frage, was wir ganz genau wollen, ist meist in tieferen Schichten unseres Bewusstseins verborgen. Seien Sie daher geduldig mit sich. Und wenn das, was Sie wirklich wollen, etwas mit Ihrem Beruf zu tun hat, dann könnte „Funktion statt Konvention“ ein guter Tipp sein. Sind dann >Experten< gegen Sie, dann wissen Sie: Sie sind auf einer heißen Spur.

Wirtschaft ist ein Wettspiel der Ideen. In diesem Wettspiel hat jener Mensch die besten Karten, der auf viele Ebenen und Räume zugreifen kann. Und: Der offen ist für gewünschte Resultate. Freude.

ES IST ALLES GESAGT.

JETZT braucht es Beispiele.

www.gamper.com

Alle 22 Beiträge dieses Buches stehen als PDF-Dokumente auf unserer website.

SHORT CUT

Zeit für Entspannung. Siesta. Darf ich Sie auf eine Tasse Tee einladen?
Aus feinen Darjeeling Teeblättern. Was will noch gesagt werden?



ES WAR EINE FREUDE, DIESES BUCH ZU MACHEN.

Wir lernten so viele großartige Menschen kennen. Unser größter Dank gilt jenen 21 Partner/innen, die couragiert JA sagten und bereit waren, Zeit in einen tiefen Austausch zu investieren. Für alle Beteiligten war und ist dieses Projekt ein Prozess.

Wir haben uns aufeinander eingelassen und wir wurden einander vertraut.

Es braucht Mut, Zeichen dieser Art zu setzen und sich als Unternehmer/in einzulassen um – andere zu ermutigen: „JA, ES IST MÖGLICH. ES GELINGT!“

Begonnen hat das Projekt in Wien. Mai 2006. Die ersten Konturen entstanden im Gespräch bei Comdao, dem Institut für Vernetzung. www.comdao.org. Hannes Offenbacher, Nicole Arnitz, Heinz Grünwald, Alexandra Traun und Dipl. Ing. Dr. Alfred Strigl, der das „Österreichische Institut für nachhaltige Entwicklungen“ leitet, waren die Gefährten der ersten Stunde.

Die Freunde der Verlagsgruppe Kamphausen waren immer an unserer Seite, ebenso das feinfühligste Lektorat in Innsbruck. Danke!

Über 100 Stunden haben Jwala und ich das Layout dieses Buches im high tech-Studio der Sterndrucker im Tiroler Zillertal gestaltet. Mit Engelsgeduld und kaum fassbarem Engagement des Teams wurde Seite um Seite umbrochen und zu einem großen Bogen gefügt. Den Profis bei Sterndruck ein Hoch.

Dr. Elisabeth Fechter und Herbert Fechter, Wien, haben uns gezeigt, dass Freundschaft Wunder bewirkt. Sogar fünf nach zwölf. In gewissem Sinn haben die beiden die Uhren rückwärts gedreht und scheinbar Unmögliches möglich gemacht. Dankeschön.

Buchstäblich in letzter Sekunde – alle Seiten waren fertig gestaltet, das Layout fixiert, die Druckplatten belichtet – rief Karl Hacker an: „Wir machen den Groove zum Buch. Und wenn ihr wollt, schenken wir allen Lesern der ersten Auflage eine CD.“

Wir haben den Druck um ein paar Tage verschoben und wünschen Ihnen lässige Momente mit >THIS ONE. der groove zum buch.< Eine super Idee die zeigt:

DAS PROJEKT BEKOMMT SEINE EIGENE DYNAMIK.

Das größte Geschenk ist für uns – das Leben. Es offenbart sich jede Sekunde neu, schenkt uns das Mystrium der Liebe und trägt uns von Abenteuer zu Abenteuer.

DANKE FÜR DIE BEGEGNUNG JETZT MIT IHNEN.

Jwala und Karl



Erfolgreich am Marktplatz zu sein erfordert, die Schlüsselthemen zu beherrschen: **Zeit, Geld, Kommunikation.**

Und einen Blick dafür zu haben, wohin die evolutionäre Reise führt.

SO SCHÖN KANN WIRTSCHAFT SEIN gibt

Antworten. Es ist ein „Fährbuch“.

Es ruft die Kulturell-Kreativen auf den Marktplatz, lädt diese Szene ein – die immerhin mehr als ein Drittel der Menschen in der Ersten Welt ausmacht – mit ihren Ideen, ihrem Anliegen, ihrem **Spirit** hervorzutreten.

**GEH' AUF DEN MARKTPLATZ, STEIG EIN
IN DAS WETTSPIEL DER IDEEN UND HAB ERFOLG DAMIT.**

Das innovative Wirtschaftsbuch von Karl Gamper mit Signs by Jwala.

Erschienen bei: J. Kamphausen. 168 Seiten. 2. Auflage 2007

ISBN 978-3-89901-073-2

J. Kamphausen



Eine Mappe, die wirkt.

Ab dem **Moment**, wo sie an der Wand hängt.

Sie wirkt ermutigend. Unterstützend. Es ist eine stille Kraft, die wirkt.

72 cm inkl. Weidenstab

SIGN-MAPPE >ANFANGEN< VON JWALA GAMPER.

12 Sign-Seiten zur Auswahl. Edles Papier. Mit Spirale und Weidenstab zum Aufhängen.

Bestellen bei: www.gamper.com · ISBN: 978-3-9501903-9-7 – edition.gamper.com



Wenn Sie die Frage bewegt, wie Sie aus dem Raum der Freude oberhalb der Linie der Angst agieren können: www.meinWEG.cc.

Das kostenlose 21 Tage-Programm. Sie bestimmen die Intensität.

Achtsam. Eigenverantwortlich. Ermächtigend.

Ein Projekt von Jwala und Karl Gamper gemeinsam mit: **J.Kamphausen**

Das WETTSPIEL DER IDEEN zu inspirieren, einem integralen Bewusstsein am Markt zu sichtbaren Erfolgen zu verhelfen, das ist unser Anliegen.

Daher beabsichtigen wir, im Mai 2008 eine DVD zu produzieren - bevorzugt mit den 22 Partner/innen dieses Projektes. Titel: ERFOLG IST MENSCHLICH.

Diese DVD wird zeigen, welche Prozesse dieses Buch-Projekt auslöste, welche Dynamik entstand mit welchen Resultaten.

Wenn Sie Interesse an den Arbeiten und Projekten von Jwala und Karl Gamper haben, so besuchen Sie www.gamper.com. Danke.

Erfolg ist
menschenföhrlich

Für DVD und Handbuch ist die ISBN-Nummer reserviert: 978-3-9501903-2-8

Nicht nur auf den Mond schauen – das auch –
sondern mit gutem Blick vor allem auf uns selbst,
um zu erkennen, wann der richtige Zeitpunkt ist.

Diese 22 Unternehmer/innen finden:

Jetzt

JETZT ist Zeit für die Umsetzung von dem,
was in uns lebendig ist.

Denn Wissen zeigt sich in unseren Handlungen.
Nirgendwo sonst.

LOHAS –

Lifestyle of Health and Sustainability

begrenzt sich nicht nur auf Bioernährung und Öko-Glamour:

Lifestyle versteht Lebenskunst als Lebenskompetenz.

Gesundheit meint auch eine lebens- und liebenswerte Welt.

Ein Miteinander in einem einzigartigen, gleichwertigen Leben.

Sustainability (Nachhaltigkeit) gründet in der Fähigkeit, unseren inneren
Reichtum in der äußeren Welt zu manifestieren.

ES IST ALLES GESAGT.

JETZT braucht es Beispiele.

*this
One*

THIS ONE.
der groove zum buch.

THIS ONE IS FOR YOU.

Die CD im Buch. Ein Geschenk. Für Sie.

ISBN 978-3-06019034-4



9 783950 190344