



unternehmer.de

Das ePaper für Gründer, Selbständige & KMU

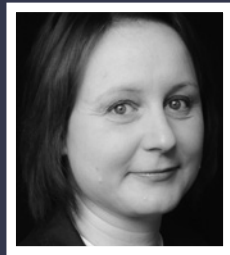


PRÄSENTATION

Weitere Themen:

▶ ACHTSAMKEIT ▶ BEWERTUNGEN

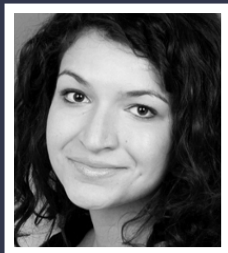
Das Team von unternehmer.de



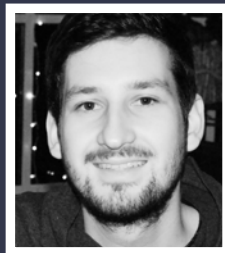
Katja Bäumel
(Projektleitung)



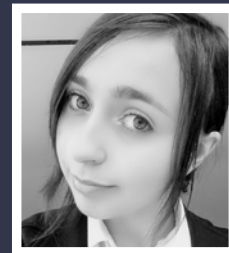
Patricia Scholz
(Projektleitung)



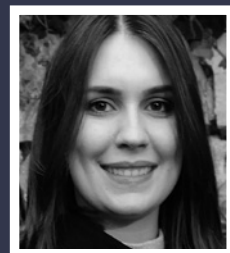
Hana Kus
(Chefredaktion)



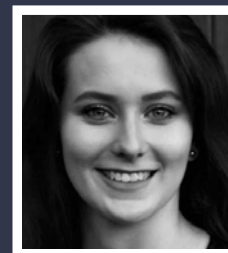
Andreas Wickles
(Redaktion)



Tamara Todorovic
(Redaktion)



Eva Dennerlein
(Marketing)



Frederike Engelhardt
(Duale Studentin)

Schreib uns dein Feedback!



Facebook



YouTube



Twitter



Pinterest



Instagram



Xing

Leitartikel: Präsentation

Humorvoll präsentieren

▷ ▷ [Zum Artikel](#)



7 GADGETS

für mehr Motivation

3

TOP-ARTIKEL

19

Auf [unternehmer.de](#) weiterlesen

PRÄSENTATION

Humorvoll präsentieren

6

ACHTSAMKEIT

20

Achtsamkeit im Berufsalltag

BUCHTIPPS

Neue Business-Bücher

10

INTERVIEWS

25

Expertenwissen aus der Praxis

BEWERTUNGEN

7 Tipps für positive Rezensionen

12

IMPRESSUM

26



unternehmer.de

News · Expertenwissen · Praxistipps

TIPPS & SERVICE

*Diese Gadgets enthalten Provisions-Links. Wenn du über diese Links einkaufst, erhalten wir eine kleine Provision.

7 GADGETS* FÜR MEHR MOTIVATION



ACHTSAMES ERFOLGSJOURNAL

Ganz gleich ob Geschäftsidee oder große Projekte: Dieses Buch hilft dir dabei, dich in 100 Tagen sicher ans Ziel zu bringen.

24,90 €

▷ ▷ bei Amazon kaufen



LUSTIGES MAUSPAD

9,90 €

▷ ▷ bei Amazon kaufen



FRUCHTGUMMI FÜRS BÜRO

8,99 €

▷ ▷ bei Amazon kaufen

TIPPS & SERVICE



LUSTIGER STEMPEL

6,80 €

▷ ▷ bei Amazon kaufen



BIO-MATCHA AUS JAPAN

15,95 €

▷ ▷ bei Amazon kaufen



WERTSCHÄTZUNGSBOX

18,88 €

▷ ▷ bei Amazon kaufen



SCRUM MAGNETE

Wiederverwendbare Magnete für das perfekte Task Board.

29,95 €

▷ ▷ bei Amazon kaufen

Humorvoll präsentieren: So geht's!



Wer Vorträge halten oder Workshops leiten muss, steht oft vor einer Herausforderung: Wie kann ich ein trockenes Thema raffiniert einleiten und zugleich kreativ präsentieren? Wir verraten dir, wie du bei deinen Zuhörern punktest.




Stürze dich bitte nicht gleich mit stilistischen Mitteln und kommunikativen Eskapaden auf deine Zuhörer. Beginne dort, wo alles beginnt: Beim ICH. Denn auch das Humoristische beginnt bei jedem selbst. Du stehst erst einmal ganz alleine da und überlegst dir, mit welchen Ingredienzien du Eindruck machst. Warum willst du deinen Vortrag oder Beitrag humoristisch aufwerten? Willst du das tatsächlich? Wenn man Humor nur einsetzt, weil man meint, es werde verlangt, kann man "Spaß" auch gleich durch "Peinlichkeit" ersetzen: Einfach Mal so ein paar Gags einbauen, das funktioniert meistens nicht. →

Lacher als begehrte Währung

Es gibt aber auch Humortechniken, die gut sind und helfen können. Es existieren durchaus Gag-Schreibe-Techniken, mit denen sich eine schlagkräftige Pointe, ein überraschender Schlusseffekt oder eine komische Erkenntnis generieren lassen. Der eine oder andere Inhalt wird dann gewiss mit einem Lacher als Währung bezahlt.

Humor ist Ausdruck von Persönlichkeit, Charakter und Individualität. Im Wesentlichen geht es um dich selbst, deinen Humor, deine Lebensansichten und um das, was du witzig findest. Genau das musst du bei dir ausfindig machen.

Danach kannst du getrost den technischen Schritt angehen, alles sauber auszuformulieren. Anschließend ist Training angesagt, denn Dreiviertel der Wertigkeit einer Pointe ist Timing – und das gelingt dir, wenn du ein Quäntchen Talent und Zeit für Übung mitbringst.

 **Extra: 7-Punkte-Checkliste für deine wirkungsvolle Präsentation**

[Artikel lesen](#)



Was für ein Humortyp bist du?

Humor lebt von Authentizität, von Echtheit. Das geht nur, wenn du weißt, was wirklich zu dir gehört und passt. Was findest du normalerweise lustig? Scanne deinen Alltag:

- ▶ Welche TV-Sendungen bringen dich zum Schmunzeln?
- ▶ Welcher Comedian treibt dir Lachtränen in die Augen?
- ▶ Von welchen YouTube-Videos erzählst du deinen Freunden?

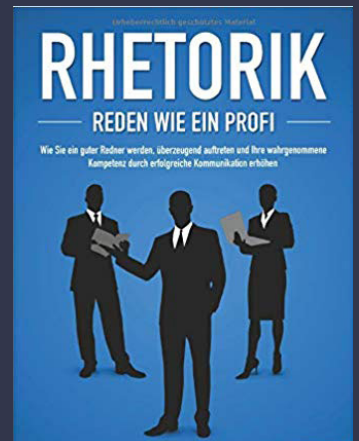




BUCHTIPP*: Rhetorik: Reden wie ein Profi Überzeugend Auftreten

Preis: 13,90 € | 137 Seiten
Taschenbuch 2018

Jetzt hier ansehen



*Dieser Buchtipps enthält Provisions-Links. Wenn du über diesen Link einkaufst, erhalten wir eine kleine Provision.

So findest du auf einfache und kurzweilige Art heraus, was dir gefällt, was dich unterhält und fröhlich stimmt. Genau dieses Gefühl für Humor hast du in dir – nutze es. Dabei geht es nicht darum, jemanden zu imitieren oder einfach nur Witze nachzuerzählen. Schmücke deine persönlichen Ausführungen mit unterhaltenden Elementen aus.

Wie entstehen Pointen?

Eine Pointe ist eine unerwartete Wendung. Bildlich gesprochen: Du fährst mit einem Auto auf einer geraden Strecke und plötzlich kommt völlig überraschend eine 90-Grad-Kurve. Beste inhaltliche Grundlage ist der Alltag, dieser ist eine wahre Fundgrube für Pointen. Leuten mit Humor sagt man eine ausgesprochen gute Beobachtungsgabe nach. Schau etwas genauer hin, das ist die zentrale Fähigkeit eines Pointen-Setzers.

Humorgefühl trainieren

Trainiere dein Humorgefühl täglich – so, dass es dir nicht zur Last fällt. Nutze das, was du so oder so tust, um es kreativ zu hinterfragen.

- ▶ Beobachte die Menschen in der Bahn und überlege, was du hier humorvoll findest.
- ▶ Lies die Aufschrift eines Lkw: Kommt dir etwas Witziges in den Sinn? →

Packe in deine Präsentationen ein paar Pointen – nicht zu viele, sonst wirkt es verkrampt. Baue in zwei deiner fünf Thesen humoristische Gedanken ein und eine solide Schluss-Pointe. Danach analysierst du:

- ▶ Was hat funktioniert?
- ▶ Wo gibt es noch Optimierungsbedarf?

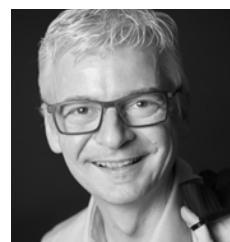
Wenn ein Gag nicht wirkt, ist das nichts Schlimmes. Es muss und kann nicht immer lustig sein. Viele Parameter kannst du auch nicht beeinflussen – wie einen einschläfernden Vordredner oder wenn du als letztes an der Reihe bist und alle schon auf den Schluss warten. Wenn du weißt, was ankommt und was nicht, kannst du weitere Pointen einbauen. Die Erfolgsformel lautet:

»Nimm mindestens zwei Drittel Gags, die sicher gehen – der Rest ist der Versuch mit etwas Neuem.«

Sei authentisch

Lasse Pointen entstehen und baue sie selbst. Gags von dir sind echter und passender. Schaffe etwas Neues und Eigenes. Verwende doch mal bekannte Zitate in einem neuen Kontext. Schaffe deinen typischen Humor. ■

Autor: Stefan Häseli



Stefan ist Kommunikationsberater und weiß sein Publikum zu begeistern.

→ stefan-haeseli.com

Know-How: Unsere Rezensionen



Du bist auf der Suche nach den besten Buchtipps für Unternehmer? In unseren Rezensionen erhältst du einen Einblick in die Top Neuerscheinungen auf dem Markt.

**„Begegnung im Gespräch“
Schluss mit dem Gequassel!**

Lesen



**„Lass zu, was dich groß macht“
So stärkst du dein Mindset**

Lesen



**„Gähntechnikfrei schreiben“
Adieu, Schachtelsatz**

Lesen



Noch mehr Buchtipps*

*Diese Buchtipps enthalten Provisions-Links. Wenn du über diese Links einkaufst, erhalten wir eine kleine Provision.

Du willst dein Buch bewerben?

Schreib uns:
werbung@unternehmer.de

Oder ruf an unter:
0911-37750-333



Schlagfertigkeit: Nie mehr sprachlos!

Ein Ratgeber für den Alltag mit bewährten Techniken und lehrreichen Praxistipps aus dem echten Leben.

Taschenbuch: 107 Seiten

Preis: 13,90 €

▷▷ [Auf Amazon ansehen](#)

Die Macht der Community

Um viele Menschen zu erreichen, braucht es heute unterhaltsame und kreative Online-Initiativen.

Taschenbuch: 272 Seiten

Preis: 19,90 €

▷▷ [Auf Amazon ansehen](#)



7 Tipps für positive Bewertungen



Online-Bewertungen von Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen sind zu einem wesentlichen Einflussfaktor bei Entscheidungs- und Kaufprozessen geworden. Hier sind 7 Tipps, wie du für mehr positive Bewertungen sorgst.

1 Mach es deinen Kunden leicht, eine Bewertung zu hinterlassen

Für jede Branche gibt es inzwischen zahlreiche allgemeine und spezielle Branchen-Portale. Du kannst aber noch mehr tun, um deine Kunden aktiv um Bewertungen zu bitten:

- ▶ Feedbackbogen oder Karte: Sende einen Link zu einer entsprechenden Bewertungsplattform mit dem Produkt mit.
- ▶ E-Mail: Frage aktiv nach der Meinung zum Produkt oder zum Service.
- ▶ Social-Media-Accounts: Platziere diese sichtbar auf deiner Website und in deinen E-Mails, um Likes und Kommentare zu generieren. →

Um negative Bewertungen zu vermeiden, biete deinen Kunden gleich auch einen anderen Kanal für Reklamationen und Beschwerden an.

2 Biete Anreize für Bewertungen und Rezensionen

Um authentische Bewertungen zu erhalten, gibt es viele Möglichkeiten, Kunden dafür zu belohnen. Zum Beispiel:

- ▶ Bonuspunkte für ein Kundenbindungsprogramm
- ▶ Rabattcode für den nächsten Einkauf
- ▶ Verlosung eines Einkaufsgutscheins
- ▶ kleine Geschenke (Give Aways) oder Merchandising-Artikel

Für positive Anreize sind Kunden auch eher geneigt, positive Bewertungen zu schreiben, als negative.

3 Reagiere zeitnah auf jede Bewertung

Beobachte deine Bewertungskanäle regelmäßig, um zeitnah auf Bewertungen zu reagieren, egal, ob es sich um positive oder negative Bewertungen handelt.

- ▶ Bedanke dich bei allen positiven Bewertern und bitte die Kunden um Erlaubnis, die Bewertung als Referenz auf deiner Website und in Social Media zu veröffentlichen.
- ▶ Ist der Kunde ein möglicher Influencer/Markenbotschafter, den du enger an dein Unternehmen und dein Marketing binden kannst, zum Beispiel in Form einer Case Study?

»Ganz besonders wichtig ist, sehr schnell und besonnen auf negative Bewertungen zu antworten.«

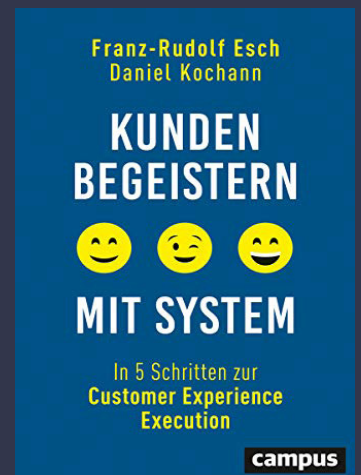
→



BUCHTIPP*: Kunden begeistern mit System Von Kundenfrust zur Kauflust

Preis: 34,95 € | 224 Seiten
Gebundenes Buch 2019

Jetzt hier ansehen



*Dieser Buchtipp enthält Provisions-Links. Wenn du über diesen Link einkaufst, erhalten wir eine kleine Provision.

- ▶ Reagiere niemals emotional, auch wenn du der Meinung bist, dass die Kritik unberechtigt ist. Antworte stets sachlich, ruhig und freundlich.
- ▶ Bedanke dich auch für negatives Feedback und signalisiere Verständnis für die Verärgerung deines Kunden.
- ▶ Berechtigte Kritik: Biete eine Lösung an. Binde den Kunden in die Optimierung und Weiterentwicklung deiner Prozesse ein. Viele Kunden fühlen sich geschmeichelt, weil sie ernst genommen werden.
- ▶ Unlösbares Problem: Überlege, ob du dem Kunden anderweitig entgegenkommen kannst, z.B. über einen Austausch oder Rabatt, eine Zugabe oder einen Gutschein.

4 Binde Bewertungen in deinen Support ein

Wenn im Kundenservice ein Problem für den Kunden erfolgreich gelöst wurde, dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass dieser Kunde eine positive Bewertung abgeben wird. Nutze diese positive Stimmung:

- ▶ Telefon: Bitte die Kunden beim Gesprächsabschluss um eine Bewertung und sende ihnen einen entsprechenden Link zu.
- ▶ Online-Chat: Hänge gleich ein Bewertungssystem an den Abschluss des Chats. →

5 Fallstudien und UGC-Aktionen

Mit Hilfe von nutzergenerierten Inhalten kannst du deine Kunden direkt in deine Kommunikation einbeziehen, zum Beispiel um Geschichte zu deinen Produkten/Services zu erzählen oder deine Produkte in Aktion zu präsentieren. So förderst du die Kundenbindung und machst begeisterte Kunden zu Markenbotschaftern.

- ▶ Fallstudien bieten anderen Kunden und Interessenten tiefere Einblicke in Erfahrungen und Anleitungen, wie sich bestimmte Herausforderungen, Prozesse und Ziele mit Hilfe der Produkte oder Dienstleistungen lösen oder optimieren lassen.

»Prämie und präsentiere die besten Ergebnisse oder Bilder deiner Kunden.«

- ▶ Veranstalte Wettbewerbe auf den Social Media, indem du Kunden bittest, Kommentare, Fotos, Videos oder Links zu deinen Produkten zu veröffentlichen und diese mit einem speziellen Hashtag auf Instagram, Twitter oder Facebook zu kennzeichnen. →

ANZEIGE

**Kaffeevollautomaten günstig mieten:
Voller Geschmack zum schmalen Preis**

Angebote vergleichen



6 Platziere positive Bewertungen gut sichtbar auf deiner Website

Positive Bewertungen sind die besten Überzeugungsargumente und Verkaufsverstärker:

- ▶ Platziere ausgewählte Bewertungen direkt sichtbar auf deiner Homepage.
- ▶ Sammele zusätzlich die besten Bewertungen auf einer gesonderten (Referenzen-) Seite, die direkt von der Homepage aus verlinkt ist.
- ▶ Wenn du spezielle Produktbewertungen hast, dann platziere diese auch auf der jeweiligen Produktseite.

7 Vermarkte deine Kunden-Referenzen weitreichend

Wenn du positive Bewertungen, Referenzen und Fallstudien erhalten hast, dann lass das auch die Öffentlichkeit wissen. Nutze jede Gelegenheit, um deine positiven Referenzen zu präsentieren, nicht nur auf deiner Website, sondern auch über Pressemitteilungen und deine Social-Media-Kanäle.

- ▶ Pressemitteilungen und Blogbeiträge zu Fallstudien dienen nicht nur deiner Öffentlichkeitsarbeit, sondern stärken auch die Präsentation der entsprechenden Kunden.
- ▶ Bedanke dich regelmäßig auch öffentlich bei deinen Kunden und Fans für die positiven Bewertungen.
- ▶ Stelle besonders schöne Beispiele und Zitate in den Social-Media-Kanälen vor und markiere per @ bei den jeweiligen Kunden. So erhöhst du deine Reichweite über Social-Media-Feeds. ■

Autorin: Melanie Tamblé



ist Expertin für PR,
Online-Marketing und
Social Media.
→ [adenion.de](https://www.adenion.de)

Circular Economy statt Sackgasse

Produzieren, nutzen, wegwerfen?
Es ist Zeit, dass die Wirtschaft eine
runde Sache wird – mit der
Circular Economy!



Kennst du den „Earth Overshoot Day“? An diesem Tag haben wir rechnerisch so viele nachwachsende Ressourcen verbraucht, wie uns für das gesamte Jahr zur Verfügung stehen. Ab dann leben wir auf Pump. Letztes Jahr war das in Deutschland bereits ab dem 3. Mai der Fall. Es sollte sich also dringend etwas ändern.

DREI GRUNDPFEILER DER CIRCULAR ECONOMY

Nach dem Vorbild der Natur müssen wir zu einer effizienten Circular Economy gelangen, sodass wir idealerweise gar keine Abfälle mehr produzieren. Das Konzept beruht auf drei Grundpfeilern:

1. Input

Verwende die vorhandenen Ressourcen effizient und setze verstärkt auf erneuerbare Materialien und Energien.

2. Nutzung

Mache deine Produkte langlebiger und weite ihre Nutzung aus, etwa durch die Förderung einer Sharing Economy.

3. Lebenszyklus

Lass neue Produkte aus bereits verwendeten Ressourcen entstehen. Schließe die Materialkreisläufe.

Das ist vielleicht nicht neu – aber die technologischen Möglichkeiten sind es: Digitalisierung, 3-D-Druck, künstliche Intelligenz, Plattform-Modelle, Blockchain und viele weitere Innovationen. Sie bieten Anlass, Unternehmensmodelle zu überdenken. Und es lohnt sich!

DREI GRÜNDE, WARUM SICH CIRCULAR ECONOMY LOHNT

Für Unternehmen gibt es viele gute Gründe, auf Circular Economy zu setzen. Hier sind drei davon:

1. Unabhängigkeit

Werden knappe Ressourcen effizienter eingesetzt, machen sich Unternehmen unabhängiger vom Rohstoffmarkt mit seinen schwankenden Verfügbarkeiten und Preisen.

2. Neuer Schwung

Etablierte Geschäftsmodelle erhalten durch Circular Economy einen neuen Dreh. Innovationen bei Materialien sowie im Produktdesign oder Vertrieb helfen, bestehende Kundenbeziehungen zu stärken, neue Märkte zu erschließen und effizienter zu werden.

3. Stakeholder-Interessen

Konsumenten, aber auch Mitarbeitende, Anteilseigner und andere Anspruchsgruppen achten zunehmend auf nachhaltige Produkte und honorieren diese. Parallel strafen sie jene, die in ihren Augen nicht auf Nachhaltigkeit achten.

Es ist also Zeit zu handeln! Aber wie?

DREI SCHRITTE ZUR CIRCULAR ECONOMY

Die Circular Economy erfolgreich im Unternehmen zu verankern, ist kein Spaziergang. Rechtliche, finanzielle, organisatorische und operative Hindernisse können den Weg steinig werden lassen. Aber Unternehmen, die das Thema nicht angehen, werden früher oder später aus dem Markt gedrängt.

Für echte Lösungen ist die Zusammenarbeit verschiedener Akteure gefordert. Dabei ist ein breites Wissen entlang der Wertschöpfungskette gefragt, denn die Circular Economy setzt bei Veränderungen von Design, Produktion und Nutzung an. Sie ist getrieben vom Zugang zu Innovation und Technologie und bedeutet das Neudenken von Strategie und Supply Chain. Um die damit verbundenen Chancen und Risiken richtig zu bewerten, braucht es Weitsicht und ein Agieren, das über das Unternehmen hinausreicht.

Deshalb steht am Anfang die gründliche Analyse des Status quo:

1. Materialeinsatz und Innovation

Wie gut eignen sich das Produktdesign und die eingesetzten Materialien für eine Circular Economy? Ist es möglich, Materialien rückzugewinnen und in ein Upcycling zu überführen?

2. Produktnutzung und neue Geschäftsmodelle

Viele traditionelle Produkte eignen sich für Dienstleistungsmodelle - und das in zahlreichen Branchen. Die Nutzung eines Produkts wird wichtiger als sein Besitz, wie das Beispiel Auto zeigt: Sharing-Modelle, Second Life oder Leasing können Geschäftsergänzung oder Neugeschäft sein. Die Digitalisierung und eine stark wachsende Plattform-Landschaft sind Chancen für die Circular Economy.

3. Supply Chain und Neuorganisation

Mache die Arbeitsabläufe und Materialflüsse transparent. Das Gestalten einer zirkulären Wertschöpfung erfordert ein Umdenken und Neuorganisieren der Prozesse entlang der gesamten Supply Chain sowie das Arbeiten in Netzwerken.

Eine voll integrierte Circular Economy geht weit über kurzfristige finanzielle Interessen hinaus. Sie bezieht vielmehr den Wert für die Kunden, die Umwelt und die Gesellschaft als Ganzes mit ein. Viele Investitionen werden sich erst mittel- oder langfristig auszahlen. Doch sie bieten nachhaltige Wachstumsperspektiven und neue Geschäftsfelder.

UNTERNEHMENSBERATUNG MIT NACHHALTIGEN LÖSUNGEN

Wir bei EY bringen die Dinge voran und machen sie entscheidend besser: So wird aus der Wirtschaft eine runde Sache - ganz im Sinne der Circular Economy. Als führendes Beratungs- und Prüfungsunternehmen begreifen wir Wandel als Chance und führen Unternehmen durch die digitale Transformation und zu nachhaltigen Lösungen. Dein Pioniergeist und deine Unternehmererfahrung sind bei uns gefragt – starte jetzt deine ganz individuelle **Karriere in der Unternehmensberatung von EY!**



Top-Artikel auf [unternehmer.de](https://www.unternehmer.de)



Generationskonflikt am Arbeitsplatz [Studie]

Zum Artikel



So bleibst du als Verkäufer fit & leistungsfähig

Zu den Tipps



#FOMO
FEAR OF MISSING OUT

FOMO: Bist du süchtig nach Social-Media?

Finde es raus



Achtsamkeit im Berufsalltag



Höher, schneller, weiter ... ist das Credo vieler Unternehmen. Und das jetzt ganz achtsam? Wir verraten dir, was hinter dem Hype steckt.

Früher als „Psychokram“ abgetan, ist Achtsamkeit inzwischen wissenschaftlich sehr gut erforscht. Es zeigen sich viele positive Effekte wie Stressabbau, eine gestärkte Konzentrationsfähigkeit bis hin zu einem veränderten Schmerzempfinden. Schon die Chinesen haben das Geheimnis der Achtsamkeit entdeckt. "Wenn du schnell sein willst, gehe langsam." Selbst Unternehmen wie Google, SAP, RWE, Sparda Bank München u.a. haben sie für sich entdeckt. Doch Achtung: Achtsamkeit ist nicht die „Wunderpille“, mit der die Leistungsspirale noch höher gedreht werden kann. →

Was bedeutet Achtsamkeit überhaupt?

Achtsamkeit hat die Absicht, sich auf den gegenwärtigen Moment zu fokussieren. Gedanken, Emotionen und Reaktionen werden nicht wertend wahrgenommen. Raus aus dem Autopilot, rein ins bewusste Wahrnehmen. Ein klarer wacher Geist wird entwickelt.

Unser Gehirn bewertet alles was unsere fünf Sinne aufnehmen. Denn aus dem Überlebensmechanismus heraus scannt unser Gehirn immer noch alle Informationen auf Gefahr, Bekanntheit oder Neuigkeitswert. Und deshalb

ist das „nicht werten“ oftmals so schwer. Unser Gehirn schaltet in den energiesparenden Modus „Autopilot“ und macht sich – mehr oder weniger – selbstständig.

 **Extra: Mehr Fokus & Gelassenheit: Achtsamkeit lernen in 7 Schritten**

[Artikel lesen](#)



Beispiel E-Mail-Postfach

Dein Pop-up-Fenster kündigt eine neue Nachricht an (ähnliches gilt für Push-Nachrichten auf dem Smartphone). Was passiert ganz häufig? Der Autopilot schaltet sich ein und folgt dem ersten Impuls (Neugierde) nachzusehen, wer uns schreibt und was der-oder diejenige von uns will. Und schon ist die selbst gemachte Ablenkung passiert. Deine Aufmerksamkeit ist bei der neuen E-Mail gelandet und weg von deiner aktuellen Aufgabe. Es kam von außen ein Reiz – und du hast reagiert. Eine erste Achtsamkeitsübung könnte in diesem Moment sein, dass du einen achtsamen Atemzug nimmst:

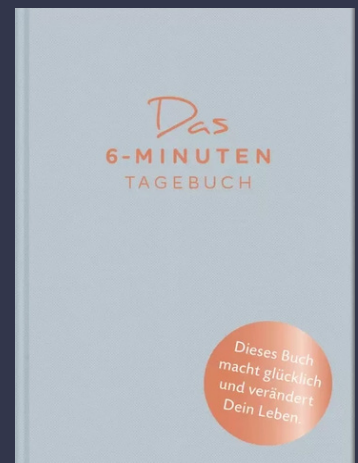




BUCHTIPP*: Das 6-Minuten Tagebuch Gelassenheit und Achtsamkeit leben

Preis: 24,95 € | 288 Seiten
Gebundenes Buch 2019

Jetzt hier ansehen



*Dieser Buchtipps enthält Provisions-Links. Wenn du über diesen Link einkaufst, erhalten wir eine kleine Provision.

- ▶ Einatmen
- ▶ Ausatmen
- ▶ Pause

Dann entscheide, ob du dem Impuls der Mail folgst oder bei deiner Aufgabe bleibst.

Schule deinen inneren Beobachter

Das achtsame Innehalten hilft Situationen leichter aus einer nicht-wertenden Haltung, mit klarem und wachem Geist, zu betrachten. Das hilft uns, mit unseren eigenen und mit fremden Emotionen besser umzugehen. Wir schulen so unseren inneren Beobachter und sind weniger stark in unseren Gefühlen gefangen. Das achtsame Zuhören im Gespräch, den anderen verstehen wollen, ohne sofort zu interpretieren oder die eigene Geschichte erzählen zu wollen, erfordert ein hohes Maß an sozialer Kompetenz, die gerade in der Digitalisierung gefragt ist. Achtsamkeit sorgt für mehr Balance.

Atemachtsamkeit: Dein mentales Fitness-Studio

Setze dich aufrecht auf einen Stuhl. Nimm deine Sitzposition wahr. Wenn du möchtest, schließe die Augen. →

- ▶ Atme ganz normal durch die Nase ein.
- ▶ Mit dem Ausatmen zähle innerlich die Zahl „Eins“.
- ▶ Mit jedem Ausatmen zähle eine Zahl höher.
- ▶ Einatmen – Ausatmen „Eins“
- ▶ Einatmen – Ausatmen „Zwei“
- ▶ Einatmen – Ausatmen „Drei“
- ▶ Beginne mit drei bis fünf Atemzügen.
- ▶ Mit der Zeit kannst du weiter hochzählen.
- ▶ Bonus: Zähle rückwärts wieder bis „Eins“.

Mit Achtsamkeit ins nächste Meeting

Wandle deine täglichen Wege in Achtsamkeitswege um: Was kannst du Schönes auf dem Weg entdecken? Gehe zum nächsten Meeting und beobachte dabei deinen Atem. Lasse dich davon überraschen, wie sich deine Wahrnehmung verändert.

»Ein achtsamer Atemzug pro Tag ist die kleinste Übung. Alles Weitere ist dein persönliches Bonusprogramm.«

Mikro-Achtsamkeit: 1-Minuten-Übung "Gedanken zuhören"

Probiere folgende Übung:

- ▶ Höre eine Minute deinen eigenen Gedanken zu.
- ▶ Reflektiere nach dieser Minute:



- ▶ Welche Gedanken habe ich schon oft gehört?
- ▶ Welche Gedanken sind hilfreich?
- ▶ Welche Gedanken sind destruktiv?
- ▶ Was möchte ich künftig denken?

Mit Anfänger-Geist raus aus den Schubladen

Im Alltag tappen wir häufig in die Falle „Das kenne ich schon“. Sei es der Kollege, der sich zum wiederholten Mal „in den Mittelpunkt stellt“ oder die Kollegin, die "die Beleidigte spielt". Und schon sind wir drin, in der Bewertung. Betrachte Dinge so, als wäre es das erste Mal. Das hilft uns, aus der Schubladen-Falle auszusteigen und neue Aspekte am anderen oder an uns zu erkennen.

Vielleicht hast du schon gemerkt, dass Achtsamkeit stark mit Selbstführung und Fokus einhergeht. Dies kannst du täglich trainieren: Beobachten, statt bewerten. Wahrnehmen was gerade ist, statt gleich zu interpretieren. ■

Autorin: Renate Freisler



Renate ist Balance-Expertin und weiß: Das Mindset macht den Unterschied.

→ einfachstimmig.de

ANZEIGE

Private Krankenversicherung: Sichere dir die besten Konditionen!

Jetzt vergleichen



Insidertipps

Experten im Interview



Keine Lust auf platte Werbung? In unseren Experten-Interviews findest du echten Mehrwert für dich und dein Business. Hier gibt es geballtes Insiderwissen kurz und bündig.



**Julian Heck, Experte für
Social Selling**

Zum Interview



**Haye Hösel, Experte für
DSGVO**

Zum Interview



YouTube

Lust auf exklusiven Video-Content?

Jetzt reinschauen



Werbung im ePaper? Gerne!

zum Anfrageformular



... oder einfach anrufen unter:
0911-37750-333



Vorschau ePaper-Ausgabe 2/20: Online-Marketing



unternehmer.de

Ausgabe verpasst?

Zum Archiv



Bildnachweis:

Urheber der Bilder von stock.adobe.com:

© olly (1,9), © Robert Kneschke (3,6),
© Bits & Splits (9), © chikan_milan (9),
© vegefox.com (12), © Pasko Maksim (15),
© Antonioguilem (18)

Hinweis:

Das vorliegende Magazin enthält
Affiliate-Links.

IMPRESSUM & KONTAKT

Herausgeber: unternehmer.de – ein
Projekt der MM New Media GmbH
Pretzfelder Str. 7-11, D-90425 Nürnberg
info@unternehmer.de
Gesellschaft mit beschränkter Haftung:
Sitz Leipzig,
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer:
DE305187335,
Handelsregister: Amtsgericht Leipzig –
HRB 33440

Geschäftsführer: Corina Lingscheidt,
Michael Amtmann

Redaktion & Layout:
Tamara Todorovic
redaktion@unternehmer.de

Erscheinungsweise: quartalsweise

„unternehmer.de“ ist ein Projekt der MM New Media GmbH

Anmeldung zum kostenfreien Abo:
www.unternehmer.de/newsletter

Anzeigenleitung:
werbung@unternehmer.de

Urheberrechte:
Der gesamte Inhalt sowie die Struktur
unterliegen dem Urheberrecht.