

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



A vibrant tropical scene featuring lush green palm fronds in the foreground and a bright, glowing sun partially obscured by the leaves. The background shows a clear blue sky and a glimpse of a sandy beach. The overall atmosphere is warm and sunny.

Ein
Schritt
näher

DIE TEEKAMPAGNE

GÜNTER FALTIN

Unsere Reise beginnt in Berlin. Bei „Faltin.“ Wenn wir alles Beiwerk beiseite lassen, den Doktor, den Professor, den Unternehmer, sogar den Vornamen, so ist das nicht respektlos. Im Gegenteil: Faltin – diese Purheit ist Botschaft.

Damit sind wir direkt beim Kern. Und dieser lautet aus Faltin'scher Sicht: „Einfachheit ist die Königsdisziplin.“ Einfachheit ist das Prinzip der Vernunft. Einfachheit ist die treibende Kraft, aus der heraus sich Kreativität entfaltet.

Doch lassen wir uns Zeit. Lehnen wir uns zurück und beginnen bei dem Mann namens Faltin. So verlockend es wäre, den Lebensweg nachzuzeichnen, so ist das JETZT ungleich spannender. Daher nur kurz: Schon in der Schule, während die Mitschüler Comics lasen, faszinierte Faltin Ökonomie. Doch nicht Ökonomie in dieser verwässerten und globalen Begrifflichkeit, nein, nein, nein! Faltin hielt Ausschau nach dem Faszinierenden. Damals schon bis ... zum heutigen Tag.

WAS IST DIESES FASZINIERENDE?

Das Träumen. Exakter gesagt und in unsere Erwachsenensprache übertragen: Vorsprung durch Fantasie. Faltin begeisterte sich sein Leben lang an einfachen Ideen, die durch geschicktes Zusammenfügen – einem Puzzle gleich – ein unverkennbares Muster bildeten; Konzepte, die die Bewährungsprobe der Praxis und die Abstimmung am Markt bestanden. Bei der Umsetzung. Bei der Erdung!

Anders gesagt: Ein „Ideenkind,“ das Erfolg produziert. Das Menschen mitreißt. Das einen Unterschied macht und das die Welt – oder zumindest die Arbeitswelt – farbiger, leuchtender, leichter, schwebender macht und am Marktplatz zeigt: Es ist möglich! Es ist möglich, Konventionen zu brechen, neue Wege einzuschlagen, sich nicht nur an Benchmarks zu orientieren (Learning from the best), sondern ganz authentisch dem eigenen Ruf zu folgen und: Die eigene, geliebte Idee auf den Boden zu bringen.

Darum geht es ihm. Das ist sein Brennen und der rote Faden seines Lebens. Ein roter Faden, der sich auf ein Feld konzentriert. Auf das Feld der Ökonomie.

Daher studierte Faltin Ökonomie, promovierte, assistierte und stand – obwohl er nie Professor werden wollte – schon als 29-jähriger auf drei Berufungslisten auf dem ersten Platz. Es wurde eine Professur an der Freien Universität Berlin.

Was er im Gehege der Wissenschaft nicht fand? So manches – doch am wenigsten die Freiheit, alles über Bord zu werfen. Die freche Lust zum Ungewöhnlichen, den rigorosen Mut auch zu scheitern, weil Neuland eben jungfräulich ist; die Aufforderung, absichtlich aus der Reihe zu tanzen und nicht nur die Tanzfläche, sondern auch das Orchester – ja den gesamten Rahmen – zu verlassen. Dieser Quergeist ist nicht wissenschaftlich. Dafür jedoch menschlich. Und kann Spaß machen. Mehr noch: Darin

liegt der Nährboden möglichen Erfolgs. Und natürlich auch der Keim eines Fehlschlags.

Ich begegnete Faltin zum ersten Mal im Jahre 2004. In schriftlicher Form. Faltin schrieb das Nachwort zu einem Buch von Fred Gratzon, der im gleichen Verlag veröffentlicht wie ich. Bei Kamphausen. Das Buch heißt: „The Lazy Way To Success.“ Der Untertitel ist eine extreme Draufgabe: „Ohne Anstrengung ALLES erreichen.“ Ich kann mich noch gut erinnern: Das Nachwort! Ich war elektrisiert. Zum ersten Mal verstand ich den Unterschied zwischen **ENTREPRENEURSHIP UND BUSINESS ADMINISTRATION**. Faltin differenziert durch die Entlehnung der beiden Wörter aus dem angelsächsischen Sprachraum den deutschen Einheitsbegriff „Unternehmertum.“ Dabei hat Faltin besonders den Entrepreneur im Blick. Dieser ist es, der die Unternehmensidee spinnt, der das Puzzle nach einer in sich stimmigen, den eigenen Neigungen und Visionen – wie auch den Bedürfnissen des Marktes – gemäßen Idee zusammensetzt. Das ist ein „innerGame“, ein schöpferischer Prozess, der zunächst einmal befreit ist von betriebswirtschaftlichem Fachwissen.

Faltin: „Entrepreneurship ist viel mehr als Geschäftstüchtigkeit.

Der Entrepreneur ist ein Künstler. Und deshalb braucht es eine gehörige Portion jener (Nicht-) Arbeitstechniken, die Kunstliebhaber bei ihren Idolen bewundern, die jedoch von der bürgerlich-calvinistischen Arbeitsethik verteufelt werden.“

Das traf mich direkt. Und so war es eine wunderbare Fügung des Lebens, als mich ein Jahr später mein Verleger Joachim Kamphausen anrief und sagte: „Hast du Lust, dein neues Buch* in Berlin vorzustellen? Im Labor für Entrepreneurship. Bei Prof. Faltin. Dieser würde dich auch interviewen.“

Lust hatte ich. Doch interviewt zu werden – von einem Professor ...?

Ich flog nach Berlin. Das „Labor für Entrepreneurship“ in der Niedstraße, Berlin-Friedenau, war bis auf den letzten Patz gefüllt. Ich war nicht frei von Nervosität. Ein Interview... mit einem Professor! Faltin ist ein großer, schlanker Mann mit klugen, lachenden Augen. An diesem Abend bekleidet mit Leinenhose und offenem, weißen Hemd. Ich mit Anzug und Krawatte! Joachim Kamphausen war auch da. Faltin fragte mich so entspannt, geschickt und unterstützend, dass in mir während meiner Antworten das Verständnis für das Wesentliche eines kreativen Unternehmertums wuchs. So spielten wir uns lachend die Bälle hin und her. Welcher Schrecken auch immer aus meiner eigenen Studienzeit vor fragenden Professoren in meinen Knochen nistet, an diesem Abend war davon nichts zu bemerken. So entstand das Bild einer kreativen Wirtschaft, genährt und getragen von Menschen, die ihren Talenten, Vorlieben und Fähigkeiten Ausdruck geben. Einer Wirtschaft, die uns Menschen dient – anstatt einer Wirtschaft, die durchzogen ist von hemmender Gesetzesflut, übermächtigen Institutionen und anonymen Kräften.

Beide fühlten wir uns einem Gedanken verpflichtet:

DEM WETTSPIEL DER IDEEN. Faltin: „Wir brauchen einen Markt der Ideen, einen Ideenwettbewerb. Wir haben hier und heute die Chance, einen Schritt nach vorne zu gehen, geradezu in eine Befreiung der Menschen. Entrepreneurship kann ein Weg sein für große gesellschaftliche Veränderungen.“

Wir blieben nach diesem Abend in Kontakt, trafen einander mehrfach, telefonierten, tauschten aus. Es ist mir eine Freude, Ihnen aus meiner Sicht Faltins Meisterbeispiel vorzustellen, die Teekampagne.

Heute ist die „Teekampagne“ das größte Handelshaus für Darjeelingtee weltweit.



Sitz: Potsdam, Deutschland.

Zunächst war die „Teekampagne“ nur eine Idee, ein Brainchild. Sitz: Im Kopf und im Herzen von Günter Faltin.

Wie wird aus einem „Ideenkind“ – das ursprünglich nur im Designlabor von Faltins Innenwelt lebte – eine Firma, unter deren Dach Menschen werken, Waren über Kontinente bewegt werden, Geldströme fließen; mit Hunderttausenden von Kunden? Wie formt sich eine Marke? Was löst einen solchen Sog aus? Und wie ist es möglich, dieses Unternehmen mit so wenigen Mitarbeiter/innen dermaßen vorbildlich zu führen?

Die hier gestellten Fragen sind dabei nur ein winziger Ausschnitt aus möglichen Fragen. Denn wir könnten fragend bis in atomare Details vordringen – ohne die geniale Grundidee zu erkennen.

Wie lautet diese?

Im Kern heißt sie **>FUNKTION STATT KONVENTION<**. Das bedeutet, sich auf die eigentliche Aufgabe zu konzentrieren und diese unvoreingenommen versuchen zu lösen, statt den vorherrschenden Konventionen zu folgen.

Dieser Gedanken-Laser führt unweigerlich zu Schumpeter, der den Begriff „creative destruction“ prägte. Joseph Schumpeter, 1883 – 1950, Professor, österreichischer Finanzminister um 1920; später Dozent an der berühmten Harvard University, sah als entscheidende Kraft wirtschaftlicher Entwicklung den innovativen Unternehmer, dem die Rolle der >schöpferischen Zerstörung< zufällt.

Doch bekanntlich ist alle Theorie grau. Auch deshalb wählte Faltin die Herausforderung, als Professor zu zeigen – und damit beispielhaft zu lehren! - wie Entrepreneur-

ship gedacht ist, wenn es umgesetzt wird. Denn Beispiele sind gefordert. Menschen müssen sehen, wie etwas funktioniert, um es zu verinnerlichen und zu verstehen. Sonst könnte der Zweifel die Überhand bekommen.

Faltin lachend: „UM ZU WISSEN, OB SIE AUF DEM RECHTEN WEG SIND, WENN SIE IHR „IDEENKIND“ NACH „FUNKTION STATT KONVENTION“ FORMEN, FRAGEN SIE DIE EXPERTEN IHRES GEBIETES. WENN SIE ALLE FÜR EINEN SPINNER HALTEN, DANN SIND SIE AUF EINER SPANNENDEN FÄHRTE.“

Warnung: Im Nachhinein klingt alles sehr leicht; wie selbstverständlich, geradezu logisch. Im Vorhinein stehen Sie alleine da. Und mittendrin brauchen Sie eine starke Portion Mut, Vertrauen in Ihre Vision und in das, was sie ausmacht sowie Kreativität und Tatkraft, um Ihr „Ideenkind“ geschickt den Umständen anzupassen, ohne es und ohne sich selbst zu verbiegen.

Daher ist >Funktion statt Konvention< kein Rezept – sondern ein gedanklicher Polarstern, an dem Sie sich orientieren können. Das Maß aller Dinge ist Ihr eigener Herzschlag. Das Wissen, das Spüren, das Ahnen um Stimmigkeiten. Wenn Sie in sich nicht die Fähigkeit kultivieren, mit Ungewissheiten zu leben – haben Sie schlechte Karten. Doch wie sagt der Weise: Das Leben ist ein Abenteuer. Die Perle gehört dem, der ins Ungewisse springt. Und: Wir leben in einem liebevollen Universum. Kosmisch gesehen. Auch das gilt es nicht zu vergessen.

Zurück zu Faltin und in die Zeit vor dem Start der Teekampagne. Faltin hat sich gefragt – und diese Fragen könnten auch die Ihren sein ...

- Wo bin ich unzufrieden?
- Was genau ist das Problem?
- Was kann ich anders machen?
- Kann ich es einfacher machen?
- Kann ich etwas weglassen?
- Und wo in all dem kann ich einen Beitrag leisten, der mir Spaß macht und der auch mit meinen Fähigkeiten korrespondiert?
- Worauf habe ich wirklich Lust?
- Womit möchte ich meine Arbeitszeit – meine Lebenszeit – verbringen?
- Was würde einen Unterschied machen?
- Was ist der Marktvorteil?

„Als Entrepreneur wirst du nicht geboren, erst der Prozess macht dich zum Entrepreneur.“ Haben Sie die Fragen gelesen? Ist es Ihnen aufgefallen? Für keine einzige Antwort zu diesen Fragen brauchen Sie ein Diplom. Für keine einzige!

Da haben wir sie wieder, diese Differenzierung zwischen **ENTREPRENEURSHIP UND BUSINESS ADMINISTRATION**. Der Entrepreneur ist kreativ, unkonventionell, originell, lebt mit Fragen und lässt Antworten in sich reifen. Darin liegt eine nicht zu beschreibende Faszination. Kein Mensch weiß, wie lange so etwas dauert.

Sie wissen es auch nicht. Doch Sie spüren es. Etwas in Ihnen wächst. Etwas in Ihnen beginnt sich zu formen, ahnend zu verdichten. Es ist wie eine innere Aufregung, wie ein kribbelndes Erwarten von ...? – noch ohne recht zu wissen, was sich zeigen will. Und dann – irgendwann – ist sie da. Die Idee. Obwohl so erhofft – doch unverhofft. Die Puzzlesteine passen auf einmal. >Things fall in place.<

Bei Faltin war die Idee: **Teehandel radikal anders zu denken**. Wer hätte das gedacht. Ein Professor, der Kaffee trinkt – schwingt sich ein auf Tee.

Lassen Sie uns jetzt pragmatisch weitergehen.

- Was ist die Funktion des Teehandels?

Tee von A nach B zu bringen. Fertig. So klar, so direkt, so einfach.

- Was ist die Konvention des Teehandels?

Nun, da gibt es zunächst den Teegarten, sagen wir in Darjeeling. Dann den Exporteur. In Kalkutta befindet sich das größte Tee-Auktionshaus. Dann den Importeur – nehmen wir an in Hamburg. Dann die Großhändler – da und dort, verteilt in den einzelnen Ballungsräumen. Dann den Einzelhandel, das Teegeschäft – direkt bei Ihnen um die Ecke. Dann Sie. Ja, Sie, denn Sie machen wir jetzt zum Teeliebhaber.

Was für eine Kette von Gliedern zwischen dem Teegarten und Ihnen. Und all diese Firmen verdienen an Ihrem Tee. Reichen diesen weiter. Und reichen weiter. Und wieder weiter. Der Teehändler um die Ecke verkauft Ihnen schließlich 100 g. Und hat eine Auswahl von über 100 Sorten für Sie parat.

Das also ist Konvention. Die Konvention des Teehandels. Habe ich etwas vergessen? Ja, jede Menge. Denn es gibt Agenturen, Scouts, Spezialisten und Berater ... und noch vieles mehr.

Wenn Sie sich auf die eigentliche Funktion des Teehandels, Tee von A nach B zu bringen, beschränken, machen Sie sich zum Außenseiter.

Sie sprengen die Konvention. Radikal.

Das hat Faltin getan. Seine Idee:

- Nur einen einzigen Tee – dafür den besten der Welt.
- Und den nur in Großpackungen.
- Direkt aus Indien. Ohne Zwischenhandel.

Das macht den Tee preiswert. Daher der Name „Kampagne.“

Als er diese Idee einem Experten in Hamburg erzählte, sagte dieser: „Herr Professor (*bitte hören Sie den Ton. Schwingen Sie sich auf den Tonfall ein*) Lieber Herr Professor. Ein Tee. Nur einen Tee. Und diesen nur in großen Packungen. Bitte! Kommen Sie zu uns nach Hamburg. Ich lade Sie ein. Wir zeigen Ihnen, wie Teehandel funktioniert.“

Da wusste Falтин, er ist auf einer heißen Spur.

>FUNKTION STATT KONVENTION.<

Falтин hat das durchgezogen. Mit klarem Ergebnis.

Darjeeling ist der Champagner des Tees. Diese Provinz Indiens am Südhang des Himalaja liegt auf etwa 2.000 Meter. Das Klima dort ist voller Gegensätze. Heiß : Kalt. Trocken : Feucht. Ideal für Tee. Die steilen Hänge bieten den besten Winkel für die optimale Sonnenbestrahlung. Das macht diesen Tee einzigartig. Und sehr begehrt. Auch für Fälschungen. Heute wird am Weltmarkt ein Vielfaches mehr an Darjeeling angeboten, als dort geerntet werden kann. Um sich hier abzugrenzen und den Kunden maximale Sicherheit zu bieten, bietet die „Teekampagne“ ganz ohne Schnörkel und Werbelyrik pure Fakten wie:

- Das offizielle Logo des Teaboard of India für 100 % reinen Darjeeling-Tee. Die Teekampagne war das Pionierunternehmen, das dieses Zeichen zum Schutz der Pflanzler vor Verfälschungen in Deutschland eingeführt hat.
- Die genau Bezeichnung des Tees; also ob es sich um einen First Flush oder Second Flush handelt
- Den Erntejahrgang sowie
- Die genaue Blattqualität. Finest Tippy Golden Flowery Orange Pekoe – das ist die Krönung der Qualität von Darjeeling.
- Darüber hinaus finden Sie auf jeder Packung eine Chargennummer. Wer diese Nummer auf der website der „Teekampagne“ eingibt, kann exakt den Tee bis zu seinem Ursprung zurückverfolgen. Vom Namen des Teegartens, den Qualitätskontrollen, der Verschiffung in Kalkutta, der Ankunft in Rotterdam und wann genau der Tee für Sie abgepackt wurde.

Durch die konsequente Ausrichtung auf die Funktion entfällt nicht nur der gesamte Zwischenhandel – auch die Lagerhaltung liegt beim Endverbraucher. Was diesem nichts ausmacht. Er kauft inzwischen fast nur noch die 1kg-Großpackungen. Tee hält sich. Das alles spart viele unnötige Kosten.

DAS ERLAUBT GROSSZÜGIGKEIT. Die „Teekampagne“ bietet nicht nur ein beispielhaft gutes Preis-Leistungsverhältnis; sie bezahlt **DEN TEEGÄRTEN IN INDIEN FAIRE PREISE**, sorgt für die Einhaltung hoher Sozialstandards, machte schon 1985 auf die Problematik der Chemierückstände aufmerksam, fördert ökologische Anbaumethoden und **FINANZIERT EIN UMFANGREICHES WIEDERAUFFORSTUNGSPROGRAMM, DAS INZWISCHEN VOM WWF ORGANISIERT UND EVALUIERT WIRD.** Und das seit 1992. Nicht nur das. Das Modelldorf Tinchulay entstand, Bio-Kompost wird gewonnen, Microentrepreneurship wird gefördert.

Faltin freut sich besonders über den Anklang der „Teekampagne“ in Japan, dem Land des Tees schlechthin. >Strikt an Vernunft ausgerichtet seien die Prinzipien der „Teekampagne.“ Nur eine einzige Sorte Tee. Nur Großpackungen. Nur Direktversand. Sehr lobenswert. Sehr eindrucksvoll< - so der Tenor der Presse in Japan.

Entrepreneurship ist das schöpferische Gestalten. Das kreative Element. Im Grunde die Uraufgabe des Unternehmertums: Neues in die Welt zu heben. Business Administration ist wichtig. Damit werden Prozesse effizienter. Das ist Management. Doch diese einseitige Ausrichtung auf Administration – auch an unseren Schulen und Universitäten und Gründerinitiativen - tötet Kreativität. Der Alltag von Einkauf, Produktion, Verkauf, Lagerhaltung, Buchhaltung, Steuerrecht, Gesellschaftsrecht, Business-Plänen, Marktwissen, Trends, Kommunikation, Menschenführung ... nimmt uns den Atem und den Mut, die Einfachheit einer Idee in uns gedeihen zu lassen. „Business is simple“ – sagte Jack Welch, Star-Manager von General Electric.

Faltins Leidenschaft gehört den Entrepreneurs. Er fordert und fördert den Unternehmer als Künstler. Den Couragierten. Die Mutigen. Menschen, die nicht nur dauernd neue Bedürfnisse provozieren, sondern auf bereits bestehende Probleme mit ökonomischer Vernunft und gesellschaftlichem Engagement authentisch und kreativ antworten. „WER DIE FANTASIE VERKÜMMERN LÄSST, WIRD BLIND FÜR DIE VIELFALT DER MÖGLICHKEITEN. WER ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUM ALLEINIGEN CREDO KÜRT, VERENGT DEN BLICK. DAS VORFINDBARE LÄSST SICH IMMER VERBESSERN!“

Und weil das so ist, hat Faltin eine Reihe seiner Meisterschüler tatkräftig unterstützt – und tut das weiterhin! – ihre „Ideenkinder“ erfolgreich zu machen. Blühend. Einige davon sind Marktführer in ihrer Branche. Entrepreneure. Menschen mit Wurzeln und Flügeln.

„Ein eigenes Unternehmen zu gründen ist nicht länger etwas völlig Außergewöhnliches, sondern steht viel mehr Menschen offen, als wir uns bisher vorstellen konnten. Aktive Mitwirkung an der Gestaltung unserer Wirtschaft nicht nur für wenige. Mitbestimmung der etwas anderen Art! Sein eigenes Unternehmen entwerfen und besitzen?

>Entrepreneurship für viele< ist im Moment noch eine Vision. Doch zum Greifen nah.“¹



Faltn: „Formen Sie Ihr Konzept so, dass es bei Stößen von außen immer wieder in die Balance zurückfindet, und das nicht nur auf einem einzigen Bein. Letztlich muss es auf jedem der Beine stehen können und die Balance behalten. Je sorgsamer Ihr „Ideenkind“ vorgedacht ist, desto besser können Sie delegieren. Können Business Administration zukaufen. Die „Teekampagne“ kam trotz massiver Anfeindungen aus dem konventionellen Teehandel nie in die Krise.“ Diese Skulptur von Kemal Cantürk steht im „Labor für Entrepreneurship“.

„Man muss sein eigenes Puzzle zusammenstellen und sein Ideenkind lieben:

Starting an enterprise >IS LIKE STARTING A LOVE AFFAIR.<



TEEKAMPAGNE

www.teekampagne.de

www.entrepreneurship.de

Tel.: +49-331-74 74 74

SHORT CUT

Konzentrieren Sie sich auf die Funktion. Arbeiten Sie diese für sich heraus. Das wird ein Prozess sein. Handeln Sie authentisch nach Ihrer eigenen Stimmigkeit. Neue Unternehmer/innen braucht das Land. Kreative.

Faltin: „Ich gebe Marx in einem Punkt recht; die Welt verändert sich durch die Wirtschaft. Um eine bessere Welt zu entwickeln, müssen die Künstler, die Feinsinnigen, Frauen und Männer gemeinsam – mitmischen.“

¹ Faltin: Erfolgreich gründen. Der Unternehmer als Künstler und Komponist. DIHK-Verlag, 2007

* „So schön kann Wirtschaft sein.“ Karl Gamper. Kamphausen. ISBN 978-3-89901-073-7



UND WIEDER IST EIN WERK VOLLENDET.
GENÜGEN SCHRITTE SIND GETAN

Die
Zeit
ist
jetzt

SICH AUSZURUH'N.
LASS MICH VOM LEBEN TRAGEN.



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 Mysterium 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.

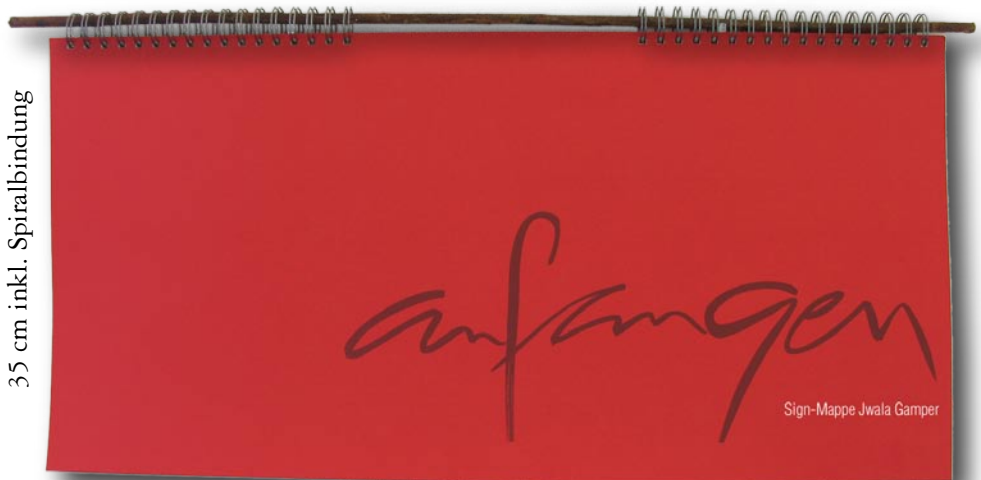
**GEH' AUF DEN MARKTPLATZ, STEIG EIN
IN DAS WETTSPIEL DER IDEEN UND HAB ERFOLG DAMIT.**

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

meinWEG

Der Adler befreit sich.

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 Bioahrung 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.
der groove zum buch.

THIS ONE IS FOR YOU.
Die CD im Buch. Ein Geschenk. Für Sie.

THIS ONE

ISBN 978-3-9501903-0-4



9 783950 190304